

消費者委員会
消費者契約法専門調査会
第35回議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会 消費者契約法専門調査会（第35回） 議事次第

1．日時 平成29年3月27日（月） 15:00～17:40

2．場所 消費者委員会会議室

3．出席者

（委員）

山本敬三座長、後藤巻則座長代理、有山委員、石島委員、磯辺委員、井田委員、
大澤委員、沖野委員、河野委員、後藤準委員、長谷川委員、増田委員、
山本和彦委員、山本健司委員

（オブザーバー）

消費者委員会委員 河上委員長、鹿野委員
法務省 中辻参事官
国民生活センター 松本理事長

（消費者庁）

小野審議官、加納消費者制度課長、消費者制度課担当者

（事務局）

黒木事務局長、福島審議官、丸山参事官

4．議事

（1）開会

（2）議事

困惑類型の追加

消費者に対する配慮に努める義務

（3）閉会

1．開会

丸山参事官 それでは、定刻になりましたので、会議を始めさせていただきたいと思います。

本日は皆様お忙しいところお集まりいただき、ありがとうございます。ただいまから消費者委員会第35回「消費者契約法専門調査会」を開催いたします。

本日は所用によりまして永江委員、中村委員、丸山委員、柳川委員が御欠席、後藤準委員が遅れての御出席との御連絡をいただいております。

まず配布資料の確認をさせていただきます。お手元の議事次第下部のほうに配布資料一覧を記載しております。もし不足がございましたら事務局までお声がけのほうよろしく願いいたします。

それでは、山本座長、以後の議事進行をよろしく願いいたします。

2．困惑類型の追加

山本（敬）座長 それでは、本日もよろしく願いいたします。

本日の議事に入りたいと思いますが、その前に、事務局から、前回の議論を踏まえて、今後の進行について御説明をいただきたいと思います。よろしく願いいたします。

丸山参事官 前回の専門調査会の場におきまして、長谷川委員から、今後の審議スケジュールについてということで御意見をいただきました。それを踏まえてということで、今後の対応につきまして、こちらから少し説明をさせていただきたいと思います。

まず、ヒアリングについてなのですが、現在4月に予定しているヒアリングに向けまして、事業者団体に呼び掛けをしているところです。前回の専門調査会におきまして、消費者団体からもヒアリングをすべきではないかということで御意見がございました。今回のヒアリングにつきましては、これまで残された課題ということで検討をということで検討してきました件についての種々の論点について、規定案を置いた場合についての事業活動に対する影響についての意見を伺うということが目的になっているということですか、あるいはヒアリングに時間をかけることによりまして、論点審議の時間がなくなることは避けるべきということも意見として出ておりますので、事業者団体からのみということでヒアリングを行うことを考えております。

2点目、ヒアリング事項を明確にすべきということで御意見がございました。ヒアリングに応じていただく予定の事業者団体のほうには、これまでの専門調査会での議論状況の参考のために、各論点で消費者庁から御提案があった内容、その結論部分について整理したものをお渡しする予定としております。ヒアリングに当たって、こちらが参考になると思っておりますので、次回のこの専

門調査会のおきましても、本日の御議論の内容も含めて反映させたものを資料として配布させていただきたいということで考えております。こちらを参考にとということで、明示をしていこうと考えている次第でございます。

最後、意見募集について、幅広く御意見の募集をとということで御意見がございましたけれども、こちらについては引き続き事務局で検討したいと考えております。

以上でございます。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

今の点につきまして、御意見、御質問のある方は御発言をお願いいたします。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、そのように進めるということとさせていただきます。

本日の議事に入りたいと思います。本日は、消費者庁から個別論点の検討のための資料として、資料1を御提出いただいております。

本日の進行としましては、まず、困惑類型の追加について御検討いただき、その後、消費者に対する配慮に努める義務について御検討いただくことにしたいと思います。

まず、消費者庁から困惑類型の追加について御説明をお願いいたします。

加納消費者制度課長 それでは、私から御説明をいたします。

資料1の第1．困惑類型の追加というところでございます。

まず、1．はこの専門調査会におけるこれまでの検討を簡単にまとめたものであります。中身としては2点ありまして、執拗な電話勧誘というものと威迫による勧誘についてどう検討するかというものであります。

まず の執拗な電話勧誘につきましては、特商法の運用状況等を踏まえた上で必要に応じて検討していくとされているところであります。

の威迫による勧誘のところでありまして、一定の被害事例があるということは共通認識としてあるということでありまして、他方で、取消事由について事業者の予見可能性を確保する。要件立ての明確化ということだと思っておりますけれども、そういった問題があるということでありまして、引き続き事例を収集して検討を行うべきとされていると理解しております。

2ページ、そういった状況の中で、私どものほうでいろいろと事例を収集・分析いたしましたが、特に威迫による勧誘については一定の事例といたしますか、そういうものが見当たるところでありますので、今回はこれについて検討したものをお示しするものであります。

2ページの2．事例の収集・分析というところでありますけれども、その2段落目以降に書いているものですが、これまで威迫による困惑ということで、大声を出すとか、威力を示すといった場合で、粗野または乱暴な言動を用いるという形での切り分けというものを提案させていただいたところでございますが、事例を見ますと、改めて整理したものでありますけれども、以下のような整理ができるのではないか。その段落の下から3行目ぐらいから書いてあるところですが「事業者が、消費者が契約の締結を断りきれない状況を作成」と、こういったところがキーワードでありますけれども、そういう状況を作成しながら契約の締結を要求するという場合は、消費者が勧誘から逃れられ

ないということやむを得ず契約の締結、あるいは代金を支払うということがあるのではないかと
いうことであります。

事例を1から幾つか御紹介しております。この事例の1から7までありますけれども、大きく分
けると、事例1から事例3と、事例4から事例7は毛色が違っておまして、例えば事例1を御覧
いただけますと、不用品の回収業者に電話して来てもらったということで、まずは見積りをと
うことだったのですけれども、いきなり物を持っていかれてしまったと。その後、お金を払ってくだ
さいと言われて、高いと思ったのですが、下から2行目ぐらいですけれども、威圧的な態度が怖く
てということもあって、何も言えずに契約書にサインして代金を支払ったというケースであります。

事例2は、ガソリンスタンドに行きましたと。これはガソリンを入れてくださいということで行
くわけですけれども、ワイパーの交換とかエンジンオイルの交換ということも勝手にされてしま
った。時間がないからということで一旦断りを入れるわけですけれども、やられてしまって、
代金請求。納得いかなかったけれども、怖かったので支払ったということで、これも怖かったとい
うことが出てまいります。

事例3は、ちょっと毛色が変わりますけれども、電話して会って話す約束をしたということで、
また会って話をしたということであります。CO2排出権の取引だということで、いろいろと説
明を聞いたということでありますけれども、よく分からないのだということを消費者が言ったとこ
ろ、わざわざ時間をとって来てやったのに、契約しないのか、営業妨害ではないかと、こういう言
い方をされて、契約書にサインした。ただ、この場合でも怖くなってということが出てまいり
ます。事例1から事例3は、怖くなってというのが出てくるパターンであります。

事例4以下は御覧いただいたらお分かりのように、怖くなってというのが出てくるものではあり
ません。ただ、先ほど事例1から事例3にありましたように、何らか勝手に事業者がやってしま
って、それで、それに見合うような契約の締結あるいは代金の支払を要求されるという点では、共通
項があるのではないかとということで、幾つか御紹介をしているものでございます。

例えば事例4であれば、先ほどの事例1と似ておりますけれども、見積りということをお願いを
したのですが、いきなり見積りをせずに物を運び出されてしまって、お金を要求された。こう
いうケースであります。事例5以下についても、おおむね同様のケースということで整理をして
いるものでございます。

4ページ、こういった事例についてどう見ていくかということでありますが、3.でありますけ
れども、いわゆるつけ込み型、合理的な判断ができない事情を利用して勧誘をする場合を御検討
いただいた際の資料においても、心理学に関する議論ということで「返報性」ということで御紹介
をいたしましたが、何かしてもらったとしますと、なかなか断りにくくなる。そういう心情がある
のではないかと。そこを指摘されてお金を払ってくださいと言われると、仕方がなく払ってしまう。
こういうところが、不当な勧誘の原因になっているのではないかとということでありまして、こう
いう点に着目して検討してはどうかということであります。

これに対しては、2段落目、確かにそういった勧誘はある程度あるかもしれない、かつ、契約を締
結しているわけでないのであれば、代金を支払わなければいいのではないかと、別に支払義務はないわ

けでありますし、契約締結義務も、まだこの段階では契約の成立していないということを前提にということでもありますけれども、ないわけでもありますから、そのようなものは、お金を払わなければいいではないかという御意見もあろうかと思えます。

「しかしながら」ということで、ただ、ここをどう見ていくかということでありまして、「一定の既成事実」と書かせていただきましたけれども、事業者が消費者に対して何かをしてくれたというような見方も可能になってくると思われるわけでありまして、そうしますと、事業者がそういうことをしてくれたのだとすると、それをしたのだから払ってくださいという言い方をされますと、いわば、申し訳ないなという負い目を感じる側面があるのではないかと。そういう状況を事業者が作出しつつ、先行的に実施した行為に見合うように消費者としても契約を締結して代金を支払うことが倫理的に当然である、払わないのはおかしいではないかという言い方をされると、その言い方もあり、また、消費者が契約の締結を拒否することを非難する。ひどいじゃないですかというような言い方、営業妨害だという言い方も事例の中で出てまいりましたけれども、そういう言葉があって、言うならば、先行的に実施した行為の代償として、契約の締結ないし代金の支払を迫るということにしますと、先ほどの心理的な動揺というのも相まって代金の支払などを拒絶することが困難になるのではないかとしております。

そうしますと、5ページの4. ですが、これは、現行法で言うと、不退去・監禁ということで、その場から逃れるためには契約締結をするしかないということ、困惑して契約を締結するというのと共通する要素があるのではないかと。ということでありまして、2行目辺りから書かせていただいたものであります。契約における義務の全部または一部の履行に相当する行為あるいは締結に向けた準備行為などの関連する行為、ここは広目にとっておりますけれども、契約の締結に関連する行為というものを実施して、それをしてあげたのだから契約を締結してくださいというように迫るという場合は、困惑と捉えられないかというものであります。

枠の中の下のところでありまして、先ほど申し上げたことと重複いたしますけれども、その鍵括弧の2行目辺りからですが、事業者が消費者に対して、消費者が申込承諾の意思表示をする前に、「前に」というのが一つのポイントになりますけれども、消費者契約における義務の全部または一部の履行に相当する行為または当該行為に関連する行為を実施したことの代償として契約の締結を迫るということに困惑したという場合にも取消事由とするということについて、御議論いただければ考えるものであります。

御説明は以上で終わります。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

それでは、困惑類型の追加について御議論いただきたいと思えます。御意見、御質問のある方は、御発言をお願いいたします。

増田委員、どうぞ。

増田委員 基本的に賛成いたします。例えば威迫をされたといった場合、自宅を知られているとか、個人情報を知られているということが多くありますので、単に威迫されたということプラスそういう情報を知られているということで、より一層負担になるということは、消費生活相談の中で

よく見られることです。

そして、送りつけ商法とかアダルトサイトなども同じ現象なのですけれども、例えばアダルトサイトなども、見ようと思ったとか、ちょっと見てしまったということを非常に負い目を感じて払わなくてもいいにもかかわらず払えと言われてしまうと払ってしまう。それから、カニなどの送りつけ商法もありますけれども、勝手に送られてしまったことに対して払ってしまう。そういうことで非常に相談件数が増えているというのは、負い目に思わなくてもよいにもかかわらず思ってしまう人の気持ちを利用した商法というものが、いろいろな場面で使われているのではないかと感じているところです。

そして、訪問販売でも同様に、消費生活センターに相談すればクーリングオフにより支払を免れるケースであっても、シロアリ駆除の薬をまかれてしまった、布団を使ってしまった、そういうことを負い目に思って、支払ってしまっているケースが見受けられます。

また、事例3と同じなのですけれども、投資用マンションと類似するものであって、対面してはっきり断ろうと思ったところ、この説明した時間、どうしてくれるのだと言われ契約してしまったということは、よくあるケースです。そういうことから、人間の心理を利用したやり方ということがよくありますので、この御提案については、賛成いたします。

もう一点なのですけれども、電話勧誘に関して、まだ、特定商取引法においては、不招請勧誘のことを含め、十分ではないと考えております。そういう意味で、特定商取引法で若干手当てされているとしたとしても、消費者契約法においても手当てをすることが必要だと考えております。特商法で手当てしているから消費者契約法で手当てしなくていいのだということにはならないようにお願いしたいと考えております。

以上です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

磯辺委員、どうぞ。

磯辺委員 今回の威迫による勧誘についての御提案に基本的に賛成いたします。こうやって既成事実を積み上げて、それで強引に勧誘するやり方がありますので、きちんと対応できるようにしたほうが良いと思います。

あわせて、今、増田委員もおっしゃったところなのですが、電話勧誘の問題なのですけれども、特定商取引法による電話勧誘販売というのは、電話等が起点になって、かつ契約まで通信手段で行うというのが要件になっていますが、消費者契約法及び一般で言う電話勧誘はもう少し幅が広くて、勧誘の方法が電話であれば電話勧誘ということになります。また、特定商取引法については適用除外の分野が多くて、その部分で電話勧誘に関するトラブルも多発している状況もありますので、そういった実情を踏まえると、電話勧誘という方法に着目、特化して、ひとり暮らしのお年寄りなどいらっしゃるし、心細い中で脅しのような電話がかかってくる状況があるわけですので、その辺に着目した検討というのは、改めて今回の原案とは別に必要ではないかと考えます。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

山本健司委員、どうぞ。

山本(健)委員 結論として、まず原案に賛成いたします。今回の提案内容は、事例1から事例7といった実際によく見られる消費者被害の事案を、取引の安全にも配慮しつつ、困惑取消の対象として取り込むものであり、現行法の困惑類型の問題点である非身体拘束型の困惑惹起行為に対する手当ての一つとして有意義なものと考えます。

ただ、「威迫勧誘」「執拗勧誘」という論点への対応として考えるときには、他にも困惑取消の対象とするべき行為類型はあるように思います。特に、断っても断っても電話勧誘などの勧誘行為が継続される、長時間にわたって勧誘行為が継続されるといった困惑惹起行為の被害類型は、具体例として少なくないように思います。また、行為の悪質性としても、断っても断っても帰ってくれない、帰らせてもらえないといった不退去・退去妨害と大差ないように思います。このような困惑惹起行為についても手当てが必要ではないかと考えます。

以上です。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があれば、お願いします。

有山委員、どうぞ。

有山委員 増田委員の意見に賛成なのですが、それ以外の特商法の類型ではないのですが、よくあるパターンのお話です。私たちが受けているもので、さお竹を売る。拡声器を使って1メートル1,000円とアナウンスをして販売をしていた。消費者の方は呼びとめて、さお竹はかさの張るものですから、そこで安く買えればいいということで購入したいと思って呼びとめるのですが、当然のごとく消費者は「説明だけ受けたい」とは言わないのです。基本的にさお竹を見せてくださいというお話をしますと、さお竹売りの人が降りてきて、何メートル必要なのですかと聞かれて、「2メートル50ぐらい」と答えてしまう。そうしますと、すぐに切り出してしまっ、買わなければならない状況に追い詰められるというような御相談がありますので、これは特定商取引法では訪問販売に当たらないので、基本的にクーリングオフとか、そういうものが使えません。

あと、私のところにも最近多いのですが、不用品はありませんか、リサイクルしたいものはありませんかということでチラシが入っていたり電話がかかってきたりすることがあるのです。その結果訪問を承諾するのですが、承諾して自宅に上がった途端に行われるのは、消費者を無視してどんどん引き出しを開けて行って、貴金属等を見ながら、それを1万円でどうですかとか2万円でどうですかといった形で訪問購入されるということがあります。これについても、最初の段階で優しい勧誘、優しい説明を受けた後、自宅に上がった途端の豹変ぶりということで、断れない状況に陥るという状況のお話を伺います。こういうものに対応できるような類型を作っていただけたらと思います。基本的に今回の威迫による勧誘ということの類型については、賛成させていただきたいと思

山本(敬)座長 ありがとうございます。

ほかに御意見はいかがでしょうか。

後藤巻則座長代理、どうぞ。

後藤（巻）座長代理　もう繰り返す必要はないかもしれませんが、私も原案に賛成いたします。事例1から事例7を通じて、消費者は契約の締結や代金の支払を拒否すればよいとも考えられるわけでありませけれども、事例1から事例3では、消費者は事業者の言動により、怖くなって拒否の選択ができない状態に陥っています。また、事例4から事例7では、消費者は必ずしも怖くなって代金を支払ったというわけではありませんけれども、事業者の先行行為によって代金を払わなければならないという心理状態になって、代金支払の拒否の選択ができない状態に陥っています。

このように、断り切れない状況を設定し、消費者から契約の締結や支払の拒否という合理的な選択の余地を奪う行為が行われたという点で、事例1から事例7は、共通しております。更に現行の不退去、退去妨害も同様の趣旨から契約の取消しを認めていると考えることができると思います。そのため、今回の提案に賛成いたします。

山本（敬）座長　ありがとうございました。

ほかに御意見はございますか。

大澤委員、どうぞ。

大澤委員　今回出された提案は、一つの類型としてはあり得る提案ではないかと思いますが、その上で2点ほど、一個は意見で、もう一個は質問のような確認をさせていただければと思います。

1点目、先ほど山本健司委員もおっしゃっていたのですが、これは一つの類型としてはあり得ると思うのですが、困惑類型に追加すべきものは、恐らくこれだけではないのではないかと思います。とりわけ、何名かの委員の先生からも出ておりましたけれども、合理的な判断ができないような状況につけ込んで契約をさせた場合とか、これは年明けの専門調査会でも、そのときにこれは困惑型に解消してなどという話があったと思いますけれども、このようなものに加えて別に今回御提案の類型を一つの類型としてということであれば考えられると思います。ただ、困惑類型として、今回の改正ではこの一個だけですかということであれば、御提案に賛成できるかどうかについては保留したいと思います。これが1点目です。

2点目は、確認というか、質問なのですが、今回のこの規定なのですが、どうしても私自身、契約の成立の考え方との観点で、的外れかもしれないのですが、若干気になることがあります。先ほど来、こういう類型と類似するものとして、送りつけ商法などが出ていたと思うのですが、基本的に今回追加されている規定、そして、その前提となっている事例1から事例7ですけれども、これも事業者が一方的に何らかの行為をしており、その意味で、送りつけ商法と全く同じようなことだと思うのです。この場合、そのままの状態ですと、これは言うまでもないと思うのですが、消費者にその契約を承諾するという意思がまだないので、契約自体は成立しないと思うのです。そのときに、まず、そもそもこの事業者のこういう先行行為というのですか、例えば事例1のように、見積りのつもりで消費者としては呼んだのに、その不用品を勝手に回収されてしまった事案ですけれども、この場合の事業者の行為というのは、消費者側には見積りの意思表示しかないわけですが、事業者が勝手に回収しているというときに、この事業者の行為というのは申込みだということになれば、消費者が渋々お金を払ったということになって、これが承諾だということになって、確かに

契約は成立して、ただ、それを立法的な手当てとして取消しを認めようというのが、今回の規定の趣旨かと思うのですけれども、このような理解で間違っていないでしょうかというところが2点目です。これが質問です。

私自身の勘違いかもしれないのですが、やや契約の成立の申込承諾あるいはその申込みの一個前の申込みの誘引という段階と併せて考えてみたときに、確かに現行の困惑類型である威迫、不退去などと消費者が追い込まれる状況としては非常に似ているのですけれども、この規定自体が契約の成立の考え方から見たときにどう考えればいいのかを、私自身迷っているところがありますので、今のような私の考え方がよろしいのかを確認させていただければと思います。

以上です。

山本（敬）座長 では、消費者庁からお願いいたします。

加納消費者制度課長 契約が成立しているかどうかというのは私にもよく分からなくて、むしろこれは民法学者の先生の御意見を頂戴したいと思うところでありまして、例えば送りつけ商法のような場合であると、商品を一方的に送りつけて代金を払ってくださいと言って、それで契約が成立しているかという点必ずしもそうではなくて、代金支払義務はないのですけれども、代金を支払うことがある。その場合に代金が返ってくるのかという問題は当然あって、ただ、今回のケースでもそうですし、送りつけ商法でもそうですけれども、代金を支払ったということはどう見るかということではないでしょうか。代金の支払というのは、ある意味、契約の意思、それが外形的に表れたと見る余地があるのではないかと考えてありまして、そうだとすると契約が成立してしまっているという可能性が出てくる。

今回、事例で幾つか御紹介をいたしましたけれども、代金を支払ってしまったという前提で考えていただくと、代金を支払う前の段階であれば、契約成立と見るだけの何らかの相当することがない限り契約成立にはならないのでしょうかけれども、代金を支払ってしまったという前提で考えますと、その時点で契約成立と少なくとも見る余地が出てきてしまうのではないかと。そうしますと、単純に代金を返してくださいと言うのは難しくなってきたり、契約の拘束力を否定する何らかの手だてを設けないといけなくなり、そうであるがゆえに取消権が考えられる。

ちなみに、似たような発想は送りつけ商法でネガティブオプションという規定が特商法にございます。これは、いきなり商品を送りつけてきて代金を支払うというような場合でありますけれども、特商法の解説書などを見ますと、その時点で直ちに代金支払前でございますけれども、支払前の時点で契約が成立していると思われるわけではないという注記がございます。

特商法の場合には、そのままの状態が消費者の手元にずっとありまして、消費者がそのまま保管しなければいけないと。どうすればいいのかという問題になりますから、事業者が、一定の場合には、その商品の返還請求をできないということで、反射的に処分権が失われますというような趣旨の規律が設けられているということでもありますけれども、消費者契約一般において、その商品の送りつけ以外にも、役務の提供でありますとか、今回の場合にはそういったものがあるわけでありまして、何らかの工事をするとか、そういったものに近い事例が幾つか見られるわけでありまして、これは送りつけ商法の規律では対処し難いのではないかと問題意識がございます。そこ

でこういった取消事由として構成することがあり得るのではないかと考えた次第であります。

山本（敬）座長 よろしいでしょうか。

それでは、ほかに御意見あるいは御質問があれば、お願いします。

松本理事長、どうぞ。

松本理事長 私はこれを読んだ限りでは1から7の中に2つのタイプが混在している印象を持ちます。一つは、事業者側の債務の全部履行あるいは一部履行が事実上先行してしまっていて、契約の同意プラス代金の支払を迫られるというタイプです。

もう一つは事例3でありまして、別に事業者は債務を履行しているわけではない。ただ、説明に長時間使って、これだけ説明してやっているのに契約しないのかという形でプレッシャーをかけてくるというタイプなので、これを分けて議論したほうがいいのではないかと思います。

既に存在している不退去・監禁型にしても、脅迫とまでは言えないけれども、消費者が断れない状況あるいは、「はい」と言わざるを得ない状況に追い込んでいくという点では共通なのだけれども、追込み方が現行法で既に認められているタイプの場合は、契約をしない限り解放してくれないということに着目をしています。ここの事例3以外も解放してくれないということであれば現行法でもカバーできると思うのだけれども、そこに着目するのではなくて、もう履行は終わってしまっているということから拒めないという状況に心理的に追い込むということにポイントを置いて、新しい類型を作ろうとしているのだらうと思います。

事例3はどうかというと、これはどちらかというと親切行為を事前に行うようなタイプに近いのではないかと。これだけ説明してやったのにと、これだけいろいろ親切なことをしてあげたのにと、プレッシャーをかけて、断れないようにする。ここで脅しが入って「はい」と言わない限りその場から逃れさせてくれないという状況があるのであれば、これは現行法で多分カバーできるわけです。そうではなくて、事例3を入れようとするのは、先行行為なのだけれども、債務の一部履行ではないようなタイプ、しかし、全部の消費者とは限らないけれども、一部の消費者としてはそこまでやってもらおうと断れない、やってあげたのだということと言われるとますます断れないという、そういうところに着目しているのだと思います。親切行為型は、若干ハードルが高いかなという感じを持っています。事例3を除くタイプは共通であって、履行を先に勝手に行って、代金を払わざるを得ない状況に追い込むということで共通しているので、こちらは恐らく条文化も大変しやすいタイプではないかという印象を持っております。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があればと思います。

長谷川委員、どうぞ。

長谷川委員 2点質問と、1点意見がございます。質問の1点目は、事例1から事例3を拝見していますと、加納課長からの御説明でも再三言及がありましたように、怖かった、怖くてというところがある。これについては前回の改正前の検討で既に議論があったのかもしれませんが、強迫では対応できないものなののでしょうか。

質問の2点目は、この1から7までの事例は、正に資料の本文でもあったように、支払わなけれ

ばいいのではないかと考えられるケースでありまして、先ほど専門家の方からこういったケースはたくさんあるのですという御説明はあったわけですが、定量的にはどのくらいあるのかということ。もし分かれば教えていただきたい。

最後に意見でございます。皆さんがおっしゃっているように、基本的に契約行為は、消費者と事業者、要するに、当事者間の自由意思に基づいて締結されるものです。それが阻害されるようなことがあるとすれば、よろしくないわけでございますので、それは是正されるべきであろうと思えます。一方、これは、共通の基本的な問題意識だと思えますが、それが本当に自由意思かどうか外から見て分からないということが問題であって、それをどう抽出していくのかという作業を、今、しているのだと理解しております。

他方で、当事者の自由意思はなかなか外に出てこないのも、契約締結を承認してしまった場合には、ある程度仕方がないのではないのかというのも一つの価値観としてある。取引の安定性という価値観に立って、しょうがないものではないかとするのも一つの考え方ではないかと思っているところでございます。

ひょっとすると松本理事長のお話と関連するのかもしれませんが、予見可能性という観点から今回の御提案を見ると、やや中身が明確ではないのではないかと思うところが2つございます。1つ目は、加納課長からも広くとっておりますということで御説明があったところでございますけれども、「関連する行為」というものにどの程度の行為が入るのかがなかなか分かりにくいということ。

そして、2つ目は、「迫る」という行為の中身、意味内容が、今の御提案だと分かりにくいということでございます。

以上でございます。

山本（敬）座長 それでは、消費者庁からお願いいたします。

加納消費者制度課長 御質問どうもありがとうございました。

まず、1点目の事例1ないし事例3で怖くてというのは、民法上の強迫では駄目なのですかということなのですが、まず、この怖くてというので、それなりに怖がっているということを前提にしたとすると、当たってくる可能性はあると思えますが、ただ、一般的に強迫の場合は害悪の告知があるのだと言われておりまして、例えばこうこうしないと、何らかの不利益が生じるよとか、夜道に気をつけるとか、そういったようなものがあって畏怖させるのが強迫行為であろうと思えます。これらの事例において、それに相当するものが何かということではないかと思えます。

それから、事例の分量でございますけれども、これはこの1から7まで今回御紹介いたしましたのは、こういった事例があるということで御紹介しておりまして、これらがどこまであるかというのは、現時点で分量として私どもも持っているわけではございません。

ただ、先ほど有山委員や増田委員から御紹介がございましたけれども、さお竹屋のケースでありますとか送りつけ商法のカニのケースでありますとか、近時これと似たようなトラブルがあるというのは把握しておりまして、それだと、これはどこまでどうできるのかというのはあるかと思えますけれども、いきなり先行的に何らかの行為に着手する、あるいは商品を送りつけるといったこ

とによるトラブルというのは、実は従前からありまして、それで実際特商法でもネガティブオプションという形で規制が設けられているところでありまして、そのアレンジされたものが、更にあるのではないかという問題意識を持っております。

3点目に、御質問ではなかったかもしれませんが、言及されました松本先生の御意見にも関連する要件立てのお話と申しますか、長谷川委員から2点御指摘がありまして、5ページの枠囲みの中で申しますと「関連する行為」というものと「迫る」という行為が、外縁が不明確ではないかということでもあります。ここは確かに「関連する行為」というと、どこまでなのかという問題点はあるかと思っておりますので、更に検討する必要があるかと思っておりますが、松本理事長に適切におっしゃっていただいたとおりでありまして、適用範囲の切り分けということでは、義務の全部または一部の履行というのは、これはほぼ明確に切り分けができると思っておりますので、それはそれで一つの切り分け方だと思っておりますけれども、事例3のようなものをどう見るかということでもあります。私の認識では、こういった相談のトラブルが多いのではないかという気がいたします。従前から、こういった形で、これだけ説明してあげたのに断るのかという形で契約を要求するという行為が多いのではないかと。それに対して、どう受け止めるかということではないかということで、こういうように書かせていただいたものであります。御意見もいただきながら、更に検討する必要があるかと思っております。

「迫る」というところでありまして、事例3のようなものを念頭に置いたと申しますと、「迫る」というような考え方で切り分けるのが適当ではないかということで書いたものであります。ただ、この「迫る」と申しますのは、主観的に消費者が思いさえすれば「迫る」というようなものを想定しているわけではございません。4ページの下の段落で、先ほど御紹介したように書かせていただきましたけれども、契約をするのが当然であるという言動であるとか、非難する言動であるとか、何らかの言動を伴うような場合を想定しておりまして、それなりに客観的な切り分けをしていくことができるものではないかと考えております。

山本(敬)座長 どうもありがとうございました。

よろしいでしょうか。

ほかにはいかがでしょうか。

石島委員、どうぞ。

石島委員 今回いただいている事例なのですけれども、事業者側の具体的な言動についてほとんど記載がなくて、背景には、事業者と消費者との間にこれ以外の何らかのやりとりがあって、こうなったのではないかというところが否定できないのではないかと思っております。

事例一つずつ申し上げますと、事例1について、不用品回収後の言動について記載がなくて、契約の締結を迫ったとこれと言えるのか不明ですし、威圧的態度による恐怖心からお金を支払っているということで、御提案にあるような返報性によるものではないのではないかという意味で、この事例が当たるのかなという疑問がございます。

事例2につきましても、オイル交換後の言動が特に記載されていなくて、これも契約の締結を迫ったと言えるのかが分からない。また、これも怖かったのかということでお金を支払っているのか、

これも返報性によるものではないと思います。また、勝手にワイパーを交換し始めるという事態はかなり珍しいケースなので、これを救済すべき事例として取り上げるものなのかということも、そもそも検討しないといけないのではないかとはい思います。実際は、やりとりに行き違いがあったとか、それなりの事情があったのではないかとおもわれます。

事例3については、既に松本理事長から御説明がありましたように、これは余りにも適用範囲が広過ぎるようなケースにも思えますので、これも当たるのかなというところです。

事例4につきましては、見積りを求めただけではなくて、処分したいと言って家に入れているので、不用品の処分については、そもそも合意があったのですねというように見ることもできるのではないかとはい思います。

また、事例5につきましては、説明が少なくても何とも言い難いものなのですけれども、修理を行うことについては承諾をしていたものの、後に請求された修理代金が結果的に高額であったということで不満を持っているというような相談事例のように読めて、そもそも困惑して契約したのではないと思われます。

また、事例6につきましても、本当に契約していないのであれば、相手方が勝手に作業をして請求書が送られてきただけであれば、これは作業を承諾していませんと言って支払わなければいいだけかと思われますし、このようなことを救済すべき事例に入れるべきなのかなという疑問が残ります。

事例7についても、これもサービスが先に提供されて、それに応じて契約したケースなのですけれども、こういうケースがそんなにあるのかなど。他人が自分の家の前の側溝を掃除して請求されたというのはかなりまれなケースのように思われますので、このような特殊な事例を前提にして立法する必要があるのだろうかという疑問が残ります。

ということで、相談事例だけでは、取引や相談に至った経緯などを正確に把握するということが結構難しいのではないかとはい思いますので、裁判事例も集積する必要があるように思われます。

また、資料では、履行に対する行為が行われた場合には、消費者が返報性から意思表示をするという御説明をいただいているのですけれども、先ほど申し上げたとおり、返報性によるものなのかどうかということが余り切り分けられていないように思われますので、これを同じく疑問が残るところでありますし、以前にも御紹介をいただきましたチャルディー二氏の人間行動学に基づく分析を営業活動に活用するということ自体は、とがめられるべきことではないと思われます。ここではチャルディー二氏の理論の中で、返報性が特に取り上げられているのですけれども、過度に返報性を刺激して消費者契約に持ち込むという営業手法が不当である可能性があるとは思われますけれども、今回挙げられている事例が、いずれも過度に返報性に関する消費者心理を利用している事例になっていないのではないかとはい思います。

また、返報性を利用される事例が非常に多いということであれば、消費者に対してそうした心理構造を利用する事業者が多いので、支払う必要のないものを払わないようにというような消費者啓蒙だとか教育というものを、まずはやっていくべきなのではないかとはい思います。

あとは、この最後にいただいている規定の案で、結果的に困惑して契約に至ったものが対象ですということにはなっているのですけれども、普通に消費者とコミュニケーションして、契約の締結

に先立って一部履行することもあり得ると思いますので、こういうものとどう峻別していくのか。困惑ということが要件には入っているのですけれども、そういったものとどう切り分けていくのかなというのが、疑問が残るところです。

もう一つ申し上げますと、自宅に上がり込んでというケースが結構多いのですけれども、自宅に上がり込んで急に査定を始め出す、合意がないのに上がり出して始め出すということ自体が、これは非常に恐ろしいことですので、取消権を与えるというよりも、こういった営業行為自体を取り締まるべきなのではないかと思います。

山本（敬）座長 それでは、ほかに御意見があればお願いします。

増田委員、どうぞ。

増田委員 今、御発言をいただいた内容で、消費生活相談を受けている者からお話しさせていただきたいと思います。

事例1、事例2に関して、威圧的な態度あるいは怖かったので支払ったということがありますけれども、このケースで、ここはたまたま威圧的とか怖かったと書いてありますけれども、同種の相談で、怖かったとか、威圧的ということがないケースもありまして、家の不用品を持っていかれてしまったとか既に修理されてしまった、それに対して怖いとかということではなく、そのことだけで支払ってしまうケースは御相談の中にはございます。また、トイレの修理に関しては、便器の交換を勝手にされてしまったという相談があって、本当であれば安い修理代にもかかわらず、何万円が取られてしまうというようなケースは珍しい相談ではありません。

それから、裁判事例を集めてほしいというのは、正しくそう思うのですけれども、この種の金額のものが、裁判事例としてはおよそ考えにくいのかなと思います。そういう意味からいうと、消費生活相談の中からピックアップして検証していくしかないのではないかと思います。合理的な判断のできる方であれば、石島委員のおっしゃったとおり、断ればいいと私も相談を受けながら、心の中では毎日そう思っています。思いますけれども、そうではないのが現実で、断ればよかったではないですかと言って、おしまいにはできないのです。そういう方が、すごくまれなことではなくて、非常に多い。それが現実なので、消費者教育をもっとするべきだというのは、本当に私も同感なのです。石島委員よりもっと相談員はそう思っていると思います。ただ、現実、なかなかそこまでできていない。これから先、恐らく消費者教育が行き届くというところまで何十年もかかるのではないかと考えておりますので、そういう意味からいうと人間の心理というところも踏まえた対応が非常に重要だと考えています。

山本（敬）座長 大澤委員、どうぞ。

大澤委員 先ほど、契約の成立等の関係で少し質問したのは、本日いただいた資料の4ページのところの3. 具体的な対応策の検討というところを読んで気になるところがあるからなのですけれども、2つ目の段落の「確かに」というところで「営業活動の一環として、契約締結前において消費者に対して何らかのサービスを提供して誘引するといったことは」という形の書き方をされているので、誘引という言葉がありましたので、ある意味、申込みを誘引するような例えば試供品を配るとか、例えば少しだけエステなどでちょっとだけサービスをしてあげるとか、そういうことは普

通、行われているだろうと。これが全部駄目ということではもちろんないのでしょうけれども、ただ、これをやったことによって、消費者が負い目を感じてお金を払ってしまった。その場合に、本来、これは断れるはずなので、断ればそもそも契約が成立する話ではないので、断れずに契約は成立してしまった場合に取消しを認めようということだと、この4ページの文章を読んで理解したのです。

先ほど来、出ている質問を伺っていますと、では、結局どういう行為を先行行為としてやって、それを受けた消費者が契約をしたという場面のうち、どういう行為が想定されているかの中身が、5ページの規定案のところを見ますと、先ほど長谷川委員からも「当該行為に関連する行為」ということがここで一つ、付け加わっているのですけれども、義務の全部または一部の履行、これはある程度明白というか、分かりやすいと思うのですが、この「関連する行為」というものの幅にもよってくると思います。その場合に、例えばこういういわゆる普通の通常、常識的に考えられるような誘引行為とのまず違い、すなわち、これらとどういう切り分けをするのが問題だと思います。

仮にそこで切り分けるのが非常に難しいということになると、むしろ問題なのは、4ページの段落の最後のほうに書いてある、例えば契約を締結した代金を、お金を払うのが当然なのですよ、倫理的にあなたのやっていることは間違っている、何でお金を払わないのかという、そういう言い方をしたとか、あるいは消費者が契約の締結を拒否することを非難する言動を伴う、こういう形で迫るという場面に、これは限定しているのかなと4ページでは読めるのです。そうであるとすれば、むしろここを要件として切り出して、5ページのところでは、これは「迫る」という2文字で恐らく表現されているのだろうと思うのです。どういう行為をして、その見返りとしてお金を払わせたかという、その行為に着目するということであると、普通の誘引というか、申込みの誘引のようなものとの区別も問題になるのかなと思いましたので、むしろ、しつこい言動で契約を迫ったとか、あるいはあなたが何でお金を払わないのかというすごく高圧的な言い方をされたとか、そういう点を要件として絞りをかけることも考えられるのではないかと思いました。5ページ目の規定案を見ると、これらは「迫ることにより」という文言で表現されていると思うのですけれども、果たしてこれだけでいいのかなということは疑問に思います。

以上です。

山本(敬)座長 河野委員、どうぞ。

河野委員 ありがとうございます。

今回、この困惑類型の追加で、2つここに専門調査会報告書から抜粋されています。特に2番に関して、前回の検討の際に私たちは何とかこういった事例に当てはまる消費者の方を救えないかと消費者側からも問題提起をしましたし、事業者の皆さんもそれなりに歩み寄っていただいたのですけれども、最終的にその事業者の方の予見可能性をどうやって確保するのか、そのところをきちんと分かりやすく書いていくことが重要であろうということで、この威迫による勧誘に関しては、更に検討を加えようということで、今回に持ち越されていると理解しております。

そもそも、先ほど増田委員がおっしゃっていたように、消費者の普通の生活でいうと、誰もが理性的に問題を切り分けて、これは私には関係ないとか、これは不要だとか、しっかりと判断はして

も、強く意思表示できる例は実はそれほど多くありません。私のような立場の者でも、よほど意を決しないときちんとした判断ができないということが日常的に多々あるという大前提で、この問題は対処していただきたいと思っております。

不退去と退去妨害しか現状では取消しに至らないということで、これに対する一つの解として、今回この威迫による勧誘をよりの確に要件立てをすることで事業者の方にしっかりと予見していただく。こういう条件になったら取消しにつながるかもしれないから、しっかりと考えてやってくださいというシグナルになります。もともと悪質で弱みにつけ込んでやろうとか、それから、断り切れなくしてやろうという方にとってみれば、これが決まることによって、しっかりと一定の予防措置になると考えています。

今回出された要件に対して、もう少し皆さん、前向きにシンパシーを持って文言の検討をしていただきたい。こういったことで救える消費者が一定数いる。そのことに対して、この委員会はどういう回答を出すのかということで、ぜひ積極的に考えていただければと思っております。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

山本健司委員、続いて、山本和彦委員、どうぞ。

山本（健）委員 ありがとうございます。

事例3のような事案を、適用対象から除外すべきではないと思います。

まず、その必要性です。事例3のような事例は、よくある被害事案です。

例えば、消費者庁が公表しておられます「平成23年度消費者契約法（実体法部分）の運用状況に関する調査結果報告」の355ページに、関係機関からのヒアリング事例の1つとして、「勤務先に投資用マンションの勧誘電話が執拗にあって、周囲の目が気になるほどになったので、はっきり断るために勤務先近くの喫茶店で会った。断っているのに長く話をされ、とうとう深夜になった。何とか断って帰ろうとしたら、『こんなに長時間説明させて断るのか。それが社会人のすることか。土下座して謝れ』と怒鳴られた。どうしようもなくなり、契約すると言ってしまった」という被害事例が紹介されております。また、このような事例の問題点として、「心理的にも事実上も退去妨害にほかならないのに、事業者が、喫茶店やファミリーレストランなどでは退去可能であるとして退去妨害を認めない事例が多い」というコメントが付記されております。

また、裁判事例でも、いわゆる易学事件と呼ばれる神戸地裁尼崎支判平成15年10月24日の事案は、易学受講契約等に関する説明の後、講義の費用が高額であることなどから消費者が断るために席を立とうとしたところ、事業者が厳しい口調で「あなたのために時間を取っているのだから、勉強なさい」などと言って引き止めて最終的に契約させたという事案内容です。

このように、事例3以外にも、契約の説明をした、時間を取ってあげたといったことの代償として契約を迫るという消費者被害の類型は、社会に典型的に存在するものであって、これを保護の対象から除外すべきではないと思います。

さらに、役務や商品の提供に先立つ行為を代償として契約を迫るという消費者被害の具体例としては、ただ今のような説明行為とか、時間を取ってあげた行為以外にも、事前の調査をしたとか、試食をさせたといった事例もあります。国民生活センターが平成22年3月3日に報道発表している

事例として、りんごやみかんを試食させて購入を断ると「試食しておいて買わないのか」と強引に買わせるという被害事例なども公表されています。このような被害事案の存在に鑑みれば、契約上の債務の履行の一部をしたという先行行為のケースだけに適用の対象を絞るべきではないと考えます。

また、規定ぶりも許容性があると考えます。今回の提案では「関連する行為」という字句が使用されておりますが、同様の字句は、現行法4条2項の不利益事実の不告知の規定でも「当該重要事項に関連する事項」というふうに現に使用されており、今回の提案だけが殊更に不明確な条文であるということはないと思います。さらに、その規定内容については、適用範囲がよく分かるように、事例3のような事前の説明行為や、時間を取った行為や、事前の調査行為等を念頭に置いているのだということを、一問一答や逐条解説で明確化していただくことも十分に可能であると思います。したがって、今般の提案内容でも、殊更に適用範囲が不明確ということはないと思います。

結論として、事例3を含む原案の適用対象のまま立法したほうが望ましいと考えます。

以上です。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

山本和彦委員、どうぞ。

山本(和)委員 全く素人の感想に過ぎませんが、コメントさせていただきます。

私自身は、この事例の分類については、先ほど松本先生が言われたことと同じ印象を持って、事例3とそれ以外という感じなのかなと思いました。この前段に当たる、義務の全部または一部の履行に相当する行為というのは、これは皆さん御指摘のように非常に特定されていることだと思いますし、そもそも義務を契約もないのに先履行して、それがビジネスモデルとして成立するというのは、当然その後契約が成立するであろうということを事業者は前提にできるからなのだろうと思うわけですが、そこに強制というか、困惑というか、消費者側から見たそういう経緯が入り込む余地というものは相当程度定型的にあるような気がいたしますので、ここを切り出すということは、私はそれなりに合理的な規律かなという印象を受けます。

他方、「関連する行為」ですけれども、これは条文から見たところでは、関連すると言えば、かなりのものがそこに入って来るわけでありまして、結局は、要件のところでは、この「契約の締結を迫ることにより困惑する」という、この文言で縛っていることになるのかなと思いますが、これが本当に縛り切れているのかどうかというところはやや疑問があるような感じがいたしまして、山本健司委員からの御指摘のように、恐らく制約すべき行為というのは、相当世の中にあるということは多分そうなのであると思うのです。他方で、この要件の読まれ方によっては正当なビジネスを阻害する可能性も否定できないような感じがしまして、これを残すのであれば、もう少し「関連する行為」をスペシフィックに書くか、あるいは大澤委員が言われたように、この「契約の締結を迫ることにより困惑する」ということをもう少し強いもので書くのか、何らかの形で要件を絞らないと、このままでは条文としてどうかという印象を持ちました。

以上です。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

ほかに御意見等があれば、お願いします。

後藤巻則座長代理、どうぞ。

後藤（巻）座長代理 事例1から事例7までを通じて、事例3は確かに松本理事長その他の委員の方がおっしゃっているように、少し違う側面があるのですけれども、事例1の場合は「回収費用を請求された」となっていて、事例2も「代金を請求された」となっています。事例4も「処分費用を請求された」。事例5も「今、支払ってもらわないと困る」ということで請求されたということと近い状況で、事例6も「今年もまた作業が済んだと請求書が送付された」ということ、事例7も「代金を請求された」という状況になっていて、契約の成立ということが前提となって、代金の支払請求ができるわけですから、消費者が契約が成立したと思わなくていい状況で事業者側が一方的に契約の成立を主張している、そう考えることができると思います。

そういう意味から、一方的に契約の成立を主張されるなどというのは、非常に攻撃的な取引方法であって、理由付けとして4ページに「人は他人から何らかの施しや好意を受けた場合には、お返しをしなければならないという感情を抱くものと考えられる」という理由付けがあるのですけれども、このような好意に対しては好意で応えるというようなそういう考え方が根底にはあるのかもしれませんが、むしろ好意に応えて代金を支払うとかという問題というよりは、契約が成立していないような状況で、成立を一方的に主張されるというのは、困惑に正にストレートに当たる状況であります。そういうような行為を問題とするのだということであれば、ここに挙げられている事例は非常によく理解できると思います。

東京都もそうなのですけれども、各地方公共団体で、条例の中で契約成立の一方的な主張というようなことは不適切な取引行為として規制されるというようなことがかなりありまして、そういうような類型と同じようなものを考えているのかなというのが、私の印象であります。

事例3は、これはむしろ支払請求の前提となるような履行行為が事業者側にないので、そこで請求という行為に出ることができないという、それだけの話でありまして、契約をするのが当然であるという主張をしてくると、契約成立を一方的に主張するのと同等の困惑状況に、消費者としては陥るのではないかと思います。

そういう意味からいうと、大澤委員がおっしゃったような理論的には契約が成立しているのかしていないのかという問題が、ここでは出てくるとは思うのですけれども、一応の解決として、契約が成立していないと思われるような状況で一方的に事業者側が契約の成立を主張して代金支払請求等をしてくる、こういうような類型で困惑をしているという問題として、事例の1から7まで整理できると思いますので、そういう意味で、これを全部消費者契約法の適用対象にするということに賛成いたします。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があればお出しただければと思いますが、よろしいでしょうか。

後藤準委員、どうぞ。

後藤（準）委員 遅れてきて申し訳ありません。

どういう議論がなされたか承知していないので、少し場違いな発言になるかもしれませんが、お

許しをいただきたいと思います。

事例に関して、事例 1 とか事例 4、事例 5、事例 6 は、少なくとも消費者側の何らかの依頼行為が事業者に対して行われている。他方、事例 2、事例 3 及び事例 7 は、消費者側からの具体的な依頼がない事項である。それが結果的に、事業者側では契約行為があったかのように請求をしてきている事例ということが言えるのではないかと。ですから、消費者側から何らかの依頼があった場合について、その依頼を受けた側と依頼をした側の両者の意見が相互に違っているということなので、これをどのようにして解決をするのか。今回の例では、言った言わないというような事例というのをどう解決できるのかという手法を少し検討していただいたほうがいいのではないかと考えております。少なくとも、文書での契約になっていれば、双方の食い違いは明確に分かるわけだと思いますけれども、口頭契約の場合は、お互いに言ったことを依頼する側が依頼したことと受け取る側が依頼されていることを履き違えて、結果として履行されたものが、依頼したものと違っている。この場合の請求を一体どう扱うのかという議論をもう少しやっていただいたほうが事業者側としては分かりやすいのではないかと考えております。

したがって、そういった場合に、何らかの要件をもって請求をしたものしか事業者側は請求ができないといったことは、ある程度考えることは可能だと思っておりますが、その要件が過度であれば、従来から問題点として挙げていますとおり、安定的な取引を阻害する結果になりかねない。ですから、事例をたくさん挙げていただいているのは結構なのですけれども、事例の意味合いを十分に検討していただいたほうがいいのではないかと考えております。

1 ページの専門調査会の前回の報告書の中でも、威迫による勧誘の下から 4 行目ぐらいのところ「困惑類型の新たな規律として、如何なる状況下において消費者に取消権を認め救済を図るべきか、問題となる事例に典型的に見られる威迫行為の態様を抽出することが必要だと考えられる。そのため、引き続き、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して検討を行うべきである」と、前回、そうなっていたかと思えます。今回、事例がたくさん挙げていただいたのは結構なのですけれども、それぞれの事例の意味合いをもう少し文書の中でも説明をしていただいたほうがより分かりやすくなるのではないかと印象です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

山本健司委員、どうぞ。

山本（健）委員 「当該行為に関連する行為」という部分に関して、出来るだけ適用範囲が分かりやすいようにした方が良いというのは、そのとおりだと思います。その点、例えば「当該契約について説明した行為、準備した行為など」といったような例示を入れるなどして、想定している対象を明らかにするような在り方はあり得ると思います。

以上です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

松本理事長、どうぞ。

松本理事長 私が先ほどの発言で、事例 3 だけが別ではないかといった理由は、事例 3 は明らかにまだ契約が成立していないことを前提に事業者としては契約の成立を迫っているタイプなので

す。それ以外は、後藤巻則座長代理がおっしゃったように、行動パターンとしては、代金を請求するという事は、事業者の心では契約が成立して、したがって、代金の請求だという主張をしているということになると思うのです。いろいろなやりとりの中からもっと早い段階における契約の成立を認定できるのであれば、様相は大分変わってくるわけですね。その場合は、その最初の契約が取り消せるかどうかという議論をしなければならないわけなのです。

ここで出てきたような最初の段階、最初のやりとりの段階では契約が成立していないにもかかわらず、事業者側が一方的に債務の全部履行あるいは一部履行という既成事実を作って、そして、その代金の請求をすることによって消費者としては断れない状況に追い込まれて、代金を払う。代金を払う行為は、消費者サイドから見れば、そこで契約をすると同時に自分の債務の履行をしているということになります。その段階の契約の意思表示を取り消せるかどうかという議論なわけなので、もっと早い段階で契約が成立しているということになれば、ここでの議論は全然適用できない話になってきます。

したがって、私は契約が成立していないにもかかわらず、一方的に履行を行うことによって消費者を心理的に追い込んで代金を支払わせるとともに、そこで契約をさせるというタイプを取り出すというのが、分かりやすいのではないかと考えています。契約の成立が争われる問題は別の話になってくると思いますし、当初した契約と履行の内容が違う、それで、代金は契約とは全く違う履行について請求されるという場合も、少しまた議論しなければならないところ、どの部分を取り消せるのかという議論があります。全く合意がないのに一方的な履行という形で契約の締結を迫られるというタイプに限定すれば条文化はしやすいのではないかとことです。それ以外のタイプについても不当なタイプはもちろんありますから、それを条文化していくときには、きちんと過不足ない形で考えていく必要があるので、「関連する行為」ということで十把一絡げというのは、相当紛糾すると思います。

山本（敬）座長 ほかに御意見があれば、お願いします。

井田委員、どうぞ。

井田委員 先ほど複数の委員から例えば事例1ないし7などでも、これ以外にも何らか事情があって事業者がこのような行為に及んだとか、事業者が勧誘に来たとか、そういうお話がありましたけれども、恐らくそこは例えば困惑したかどうかとか、事業者側のその行為によって、契約の意思表示をしたのかという因果関係のところである程度考慮ができると思いますので、このような規定を設けたからといって、事業者とのやりとりの経過が全く考慮されないわけではありません。私はこのような原案に賛成です。

以上です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

河上委員長、どうぞ。

河上委員長 1点だけ質問と意見があります。前に人間関係を作り上げてそれにつけ込んだというつけ込み型勧誘規制の提案がなされたことがございました。あれと今回の規定というのはどういう関係なのか。つまり、心理的に追い込んでいくということでは同じなので、具体的な行為態様の

事例1、事例2というか、条文で言えば1項、2項という形にしておくようなつもりで提案をされているのか、それとも前のはもうやめて、これでいこうという提案なのかというのがよく分からなかったの、後で教えていただければと思います。

もう一つは、消費者が契約するときには、契約をしたのかしなかったのかなどというのは非常に曖昧な状態のまま事態が進んでいることのほうが圧倒的に多いという事実です。そこを事実上断れないような状態で追い込まれていくという追い込み行動が行われたら、結局ほとんどの消費者は我慢して代金を払ってしまうということになるのではないかという気がいたします。

先ほど、後藤巻則座長代理からお話がありましたけれども、消費者にとって契約が成立しているのかしていないのかははっきりしていないような状況下で、契約成立を一方的に主張されて追い込まれていくという場面が、ほぼここに体现されているので、その部分を受け皿的に規定を作っていた方がいいのではないかと思います。言葉としては、一方的準備行為とか、あるいは履行行為という言葉が、上手に練り出されているので、これを使われたらいいと思うのですが、そのような感触を持ちました。

山本(敬)座長 では、今の点について、消費者庁からお願いいたします。

加納消費者制度課長 河上委員長の御質問については別物ということで考えておりました、河上委員長がおっしゃった人間関係云々というのは、いわゆるつけ込み型と申しておりましたけれども、消費者が合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる行為というものを考える中で、その当時2つお示しをしまして、一つが不安をあおる行為というものでありましたが、もう一つが人間関係を利用して不必要な契約を締結させるようなパターンです。これは若年者被害の問題がありましたので、それで、いわゆるデート商法というものを想定しながら、そういうものを考えてはどうかと。今回想定している事例は別でありますので、別のものとして困惑類型としてまた別途設ける。大澤委員から似たような御指摘があったかもしれませんが、あれはあれ、これはこれということであります。

河上委員長 つまり、両方とも断り切れないような事情を作出して、それに対して契約締結を迫るという意味では共通しているかなと思ったものですから。

山本(敬)座長 どうぞ。

加納消費者制度課長 御指摘のところは、そういう考え方もあります。共通しているところはあって、断り切れない状況の作出と。断り切れない状況の作出にもいろいろあるのではないかと申しておりました、人間関係作出というのも一つですし、これは義務の履行という話、仮にそういうものを切り出すとしたら、そういった形で契約の締結を迫るのも一つの作出であろうということあります。ただ、想定している事例は違いますので、それぞれにおいて規律が必要ではないかということで、お示しをしているものであります。

山本(敬)座長 よろしいでしょうか。

長谷川委員、どうぞ。

長谷川委員 対応すべき事例なのかどうかということがいま一つ腑に落ちないものですから、同じような質問をさせていただいております。先ほど山本和彦委員が別の言葉でおっしゃったかと思

いますが、ビジネスモデルとして成立しているということはそういう事例がたくさんあるということなのかもしれませんが、先ほど加納課長から御説明のあったカニの送りつけ事例でありますとかさお竹の事例というものは、当該事業者というのはどうなっているのでしょうか。要するに、アドホックにやっては逃げやっては逃げているという感じになっているのかどうか。もし分かればなのですけれども、お願いします。

もう一つは、契約における義務の全部又は一部の履行を先にやっておいてということに対して、諸外国では法制度による対応が行われているのでしょうか。

山本（敬）座長 消費者庁からお願いいたします。

加納消費者制度課長 1点目は、私どもも追跡できているわけではございませんけれども、例えばさお竹屋の事例があって、それはさお竹屋さんがやっているのだと思います。そうでない人はやらないと思います。送りつけ商法のケースは、これは推測も入っていますけれども、手を替え品を替えという印象はあります。すなわち、時期に応じて似たような、何かはやりそうなものを送って商品を購入したような形をとって代金の支払の請求をさせるというようなケースは、よく見られるということでありまして、その時期によって対象となる商品・役務が異なっているということではないかという気がいたします。

諸外国につきましては、私どもが把握する限りでは、ずばり相当するものは、現時点では見当たらない状況であります。といいますのは、先ほどの河上委員長の話とも関連するかもしれませんが、諸外国はもっと広いような汎用性のある立て付けで規定しているものが、むしろ多いかなと。攻撃的商行為とかという形で、その中でこういった事例が読み込まれることもあるということではないかと思いますが、今回、適用範囲を明確にしていきたいと思いますので、やっておりますので、想定している事例に応じて、こういう事例についてはこう、こういう事例についてはこういう形で、それぞれ規律を設けるということで御提案しているものであります。

山本（敬）座長 よろしいでしょうか。

山本健司委員、どうぞ。

山本（健）委員 「当該行為に関連する行為」という部分について、今日の御議論を承っていて、この部分に関するワーディングをもう少し検討していただく必要があるのかなという気がしておりますが、事例3のような被害事例が救済できないような規定内容にならないように、継続検討をよろしくをお願いします。

以上です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

たくさんの御意見をいただき、問題点がかなり明確化されたように思います。私の理解する限りでは、何人もの方に御指摘いただいていたように、全体としては、大きく分けると2つのタイプの問題類型があると考えられます。1つ目が、契約の義務の全部または一部の履行に相当する行為を、契約を締結していないにもかかわらず先に行い、その代金の支払を請求するというタイプのもの。もう一つが、事例3のような類型です。

前者の類型に関しては、資料に挙がっている事例1から事例2、そして、事例4以降が具体的に

これらの類型として適切な事例なのかどうかという点については、更に精査する必要があるかもしれませんが、義務の全部または一部の履行に相当する行為を先にして、代金の支払を迫るといような場合は、取消しを認める理由があるのではないかという御意見が多くの委員の方から出されていました。もちろん、契約成立を拒めばよいではないかという御指摘もありましたけれども、消費者契約法の前提は、事業者と消費者の間には情報・交渉力の構造的な格差があるということとして、そのような前提からしますと、強い人間像で、なかなか断り切れるものではないという御指摘もあったところです。また、事業者の行為から見ても、契約が成立していないにもかかわらず、先に履行をして、その代金を請求するという行為自体、不公正な行為ではないかという趣旨の御意見もあったところでして、そのような意味でも、取消しを認めるための要件として適当ではないかという御意見が多かったと言いうことができると思います。

それに対して、事例3のような場合、あるいは事例3に類する例がほかにもあるという御指摘もあったところですが、これらについては、救済する必要があるとしても、それをどのような要件で受け止めるかという点については、問題点の指摘もあったところです。現在の提案では、「当該行為に関連する行為」として特定しようとしていますけれども、これに関しても十分ではないという御指摘もありました。それでは、このような行為類型として特定していくことがどこまでできるかということが問題になります。

また、他方で、「契約の代償として契約の締結を迫ることにより困惑し」ということで、そのような問題を受け止められるか、あるいは更にそれを具体化していくことができるかという問題提起もあったところです。「迫る」の意味は、難しいところがあるのですが、義務の全部または一部を履行する場合は比較的単純で、事業者側が契約が成立した場合に生じる事業者の義務の全部または一部を履行し、その旨を告げて代金の支払を請求することが、「迫る」という行為の具体的な内容を表していると見ることができます。それに対して、事例3のような場合ですと、もう少し更に要素を付け加えていく必要があるのではないかと。では、どうすればそれを明確化できるのかということが、今日明らかになった課題ではないかと思います。もちろん、事例に即してそれがどう組み立てられるのかという説明を更にしてほしいという御意見もあったところですので、そういった点も含めて、更に詰めてもう一度議論していただくということになるのではないかと思います。

それ以外に、今回は、この類型を独立のものとして要件化を目指すということで提案がありましたけれども、執拗な電話勧誘等による困惑という問題も以前からずっと指摘されているところで、この問題についてもなお対応する必要があるのではないかと、これで終わりというのではなく、更に明文化の方向を探るべきではないかという御指摘もあったところですので、これも含めて今後更に検討していくということになるのではないかと思います。

たくさんの御意見が出ましたので、まとめ切れていないところはあるのですが、基本的には、以上のようなことで、更に詰めて次回もう一度ここで改めて検討するということができればと思います。もちろんその前にヒアリングがありますので、その場でも御意見を頂戴することになるかと思いますが、補足いただくことがあればと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、ここで、35分まで休憩ということにして、その後で後半の議論をその後続けたいと思

います。

ありがとうございました。

(休 憩)

3. 消費者に対する配慮に努める義務

山本(敬)座長 時間が参りましたので、ただいまより議事を再開いたします。

続きまして、消費者に対する配慮に努める義務について、消費者庁からまず御説明をお願いいたします。

加納消費者制度課長 資料7ページの第2.のところであります。この論点は、追加的に検討するとされたものでありまして、そのきっかけであります消費者委員会の成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループの御提案について、7ページから抜粋して書いてあるものであります。

点線で囲ってある中のアのところでありますけれども、提案の内容としては、事業者が消費者契約を締結するに際して、消費者の年齢、消費生活に関する知識、経験、能力に応じて適切な形で情報提供するとともに、消費者の需要及び資力に適した商品・役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするように努めるということが御提案になっております。

それにつきまして、これまでのこの専門調査会の御議論の中で御指摘があった点を中心に、私どもで資料をまとめたものであります。

まず1点目は9ページでありますけれども、消費者基本法、これに似たような趣旨の規定があり、それとの関係をどう考えるかという御指摘であります。参考条文として、消費者基本法の2条、それから、5条というところで、似たような趣旨の規定があるというのを御紹介させていただいているものであります。この中でも、特に5条は、事業者の責務として、その2号、3号というところでありますけれども、こういった規定が既に設けられているというものであります。

10ページ、ただ、これらの規定は、いずれもいわゆる基本理念あるいは責務というものでありまして、直ちに法的効果が生ずるものではないということであります。

他方、消費者契約法の第3条は、努力義務ということではありますが、法的義務ということにはなるのかと思いますので、そこは性質が違うと思います。

3.で、消費者契約法における第3条の現行の規定を御紹介しておりますが、こういった趣旨のいわゆる努力義務の規定として設けられているものであります。今回のワーキング・グループの御提案を踏まえますと、この1段落目の3行目辺りですが、消費者の年齢でありますとか、知識、経験、能力といったものを、情報提供する際の方法、程度を判断するための考慮要因として追記するというものであろうかと思います。

その次の「そして」の段落に書いてありますが、こういった手当てを講ずることの意味でありますけれども、先ほど申し上げました3条1項、いわゆる努力義務ではありますけれども、裁判例を脚注7で御紹介しておりますが、信義則上の義務というものを考えるに際しては、この現行法3条

1項をしんしゃくして、その義務の有無について判断するといった裁判例もございますので、こういったところで意味が出てくる。消費者基本法とは異なって、こういった効果があるのではないかというものであります。

逆に言いますと、そういった効果があるということでありまして、新たに設けるに当たっては、それなりにちゃんとした検討をしないではいけないのではないかとと思われるところでありまして、10ページから11ページにかけて、3点ほど書いてみたものであります。

まず1点目、10ページの末尾から11ページにかけて書いているものですが、現行法3条1項の逐条解説などを参照いたしますと、ここに引用させていただいているような書き方をしておりますので、いわゆる情報の質、量、交渉力の格差に鑑みて、必要な情報の提供をするよう努めるということでありまして、その方法、程度を判断するための考慮要因として、更に追記する必要があるのかどうかという点については検討が必要ではないか。現行法でも一定の範囲では対応することができるのではないかと考えられるものであります。

2段落目でありまして、もう一点であります、ワーキングの御提案ですが、消費者の年齢や知識、経験、能力というものでありまして、これはどちらかといいますと、個別の消費者の属性に着目した事項と思われるわけでありまして、現行の消費者契約法は、消費者と事業者、消費者の定義、事業者の定義がありまして、それらにいろいろな構造的な格差があるということで、逆に言うと、それに割り切って規律を設けるということが基本的な発想かと思っておりますので、現行法の枠組みを変えていくというところはあるかと思っております。

「なお」の段落で書きましたのは、ワーキングの御提案を分析的に見ますと、内容として、一つは情報提供するということではあります、それとともに、一定の需要、資力に適した商品・役務の提供についての配慮というものもございます。この適した商品・役務の提供というのは、これは、商品・役務の提供そのものについて何らかの規律を設けようとも思われるわけでありまして、現行法の消費者契約法にはない新たな要素を導入することになるものかと思っております。この点についてどう考えるかということについて、御意見を頂戴できればと思っております。

なお、11ページに4.として書いたもので、参考となるものとしては、金融商品の分野に関する規定であります、金融商品販売法でありますとか商品先物取引法など、一定の法律の規定には参考になりそうな規定がございます。

13ページの参考条文として幾つか御紹介をしておりますが、例えば金融商品販売法というものがございまして、これは、消費者契約法と同じ時期に成立した法律でありまして、金融商品販売業者の説明義務を規定し、これに違反した場合には顧客が損害賠償請求をすることができるという規定でありますけれども、その第3条で、業者が顧客に対して一定の事項を説明しなければならない、言うならば、情報提供義務に相当するような規定を設けつつ、2項として、その説明というのは顧客の知識、経験などに照らして、顧客に理解されるための必要な方法、程度によるものでなければならない。この必要な方法、程度によるというところで、更に義務の内容を具体化していっているというものでありまして、同趣旨の規定は商品先物取引法などにも見られるわけでありまして、こういった形で情報提供の方法、程度を実質化していくというものがございまして、もし消費者契約法に

において手当てを講じていくとすれば、こういったものが参考になるのではないかと考えられます。

ただ、12ページの末尾に書いたものでありますが、これらの規定は、金融商品であれば金融商品、商品先物取引もそうではありますが、一定の取引分野に限定した規律として各法に設けられているものでありまして、あらゆる商品・役務を対象とする消費者契約において同類の規定を設けることができるかどうかということについては、慎重な検討が必要とも考えられると書いておりまして、この点についても御議論いただければと考えてございます。

御説明は以上であります。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

それでは、この消費者に対する配慮に努める義務について御議論いただきたいと思いますが、まず、議論に先立ちまして、井田委員から資料2を御提出いただいておりますので、その内容について御紹介いただきたいと思っております。

井田委員、どうぞ。

井田委員 分かりました。

資料2を提出させていただきました。この論点に関する私の意見といたしましては、現行法、消費者契約法3条1項を、資料2の下線部のように「消費者の年齢、知識及び経験並びに能力に応じて、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するとともに、消費者契約を締結する目的及び財産の状況に適した商品及び役務の提供をなすよう努めなければならない」としてはどうかと言うのが、私の意見です。

理由につきましては、今回提出したもので書いておりますけれども、まず3条1項は、努力義務として必要な情報を提供するように努めなければならないと書いておりますが、規定の明確性という観点から情報提供義務の方法及び程度を判断するというに当たって、その考慮要因を明記することには意味があるのではなかろうかと考えました。現行法でも、資料1で指摘された消費者基本法あるいは金融商品関連法規のみならず、今回お付けした資料2のとおり、特商法であるとか割販法、貸金業法、信託業法及び電気通信事業法の26条に基づくガイドラインというものについて、年齢を問わず、消費者の知識、経験及び財産の状況等に照らして、不適切な勧誘を行わないように定められてきています。これらはあくまで業法であることは承知しておりますが、順次規定が制定されてきたという流れを考えますと、消費者契約一般に情報、交渉力の構造的格差を背景として、事業者に対して消費者への知識、経験及び能力に照らした適合的な契約への勧誘が求められていると理解してよいのではないかと、私はそのように考えました。

また、の部分につきましては、構造的格差を是正するという本法の目的からすれば、事業者が提供する情報の内容が適正であったとしても、その提供する商品の役務が当該消費者にとって過剰であるとか、あるいは価格が経済的能力を超える場合など、当該商品・役務が、その消費者の契約を締結する目的や財産の状況に適しない場合は、結局は、本法の制定によって消費者の自己決定基盤を整備する。自由な意思決定過程を支援しようとしたことの意味が減殺されるのではなかろうかと考えました。

もう一つ言えば、その消費者に合った商品・役務の提供こそが、健全な商道德に沿うのではない

かと思っておりますし、事業者の方も様々な商品・役務を提供する際には、あらかじめ顧客を想定しているものと理解しておりますので、そのような商品・役務の提供こそが、健全な商道德に沿い、ひいては健全な市場の発展にも資するものであると考えております。

以上のことから、私が述べたような意見を述べた次第です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

それでは、引き続きこの問題について御意見、御質問のある方は、御発言をお願いいたします。

山本健司委員、どうぞ。

山本（健）委員 御説明頂きありがとうございました。

結論として、井田委員の御提案に賛成いたします。高齢化社会の進展、成人年齢の引下げといった社会情勢のもと、消費者の中でも特に不十分な判断能力しか有していない消費者の保護という観点は大事な視点であると思います。そのような特に弱い消費者への配慮という観点を消費者契約法の努力義務の一部として確認しておくことは有益ではないかと思えます。

この点、井田委員の御提案につきましては、第3条はもともと努力義務の規定ですし、御提案いただいている内容としても、事業者としては言わば当たり前とも言うべき健全な商道德に関する記載となっているのではないかと思います。また、それによる直接的な弊害なども特に想定できないのではないかと思います。ワーキング・グループの御提案を踏まえて、このような字句の追加を検討してもよいのではないかと思います。

以上です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があれば、お願いします。

鹿野委員、どうぞ。

鹿野委員 私も今のお二人の委員と同じ考えなのですが、これを規定に入れる方向で検討すべきだと思います。現在でも大学生とか若者における消費者被害というのは特有のものがありますが、更に成年年齢引下げに伴ってトラブルが増大するということが危惧されており、そういうことを踏まえたワーキング・グループの報告書だったと思います。

そして、消費者庁から御説明がありましたように、既に消費者基本法の2条2項には、基本理念の中で、消費者の年齢、その他の特性に対する配慮ということが規定され、更に同基本法5条1項3号には、消費者との取引に際して、消費者の知識、経験、及び財産の状況等に配慮することということが事業者の責務として規定されているわけです。これは、消費者取引における消費者と事業者との間の構造的格差を前提に、特に年齢等による消費者の知的な成熟度や社会的、経済的な成熟度の不足が、構造的格差を一層増幅させ得るだろうということを考慮して規定されたものと考えられます。そういうことで、基本的な考え方としては、既に基本法の中に入っているのではないかと思います。

ただし、この規定は民事法上の効果とは直結しない、原理的ないし理念的な位置付けを持つということだろうと思います。

今回、ワーキング・グループの報告書では、情報の提供ということと、商品・役務の提供につい

ての合理的な配慮という、大きく分けると2点が提案されているわけです。いずれも先ほど申しました消費者基本法の趣旨からすると一般的に妥当することですが、契約との関連では消費者契約法においてそれを明記するところにより、改めて契約の際に特に事業者に注意を喚起するという意味合いがあるものと思います。

これが置かれることによる弊害ということを危惧される向きもあるかもしれませんが、これも既に井田委員から御指摘がありましたとおり、特に積極的な作為義務とか調査義務を事業者に課すというものでは恐らくないと思いますし、努力規定として置かれるのであるから、契約法ではあるけれども、直接的に直ちに民事法上の効果に結び付くわけではないということだろうと思います。ただ、消費者庁からの御説明にもあったように、この規定の趣旨ということ踏まえて、場合によっては、他の規定、例えば4条の規定の解釈だとか、あるいは信義則の考え方などに連なってくるような、解釈上の可能性はあるとは思いますが、ですが、これも具体的な事情案の下で、例えば著しく逸脱したものが不法行為とされるという枠組を変更するものではなく、一概に事業者が具体的にこれをしなければならぬというような性質のものとしての位置付けとは違うのではないかと思います。

ということで、既に基本法にある考え方ですから、今でもその考え方は解釈上勘案され得るかもしれませんが、それをより契約に即した形で規定するということには、一方で意味もあり、他方で、事業者に対して過度な負担を課すものではないと考え、この規定を設ける方向に賛成です。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があれば、お願いします。

増田委員、どうぞ。

増田委員 成年年齢の問題が取り上げられたときに、これまで高齢者の判断不十分あるいは合理的判断ができないということについては、国を挙げての手当てをしてきたということがありますけれども、若年に関してはまだ不十分であるということが明らかになったと考えております。

成年年齢のワーキングの中でも、未成年者のときは救済ができていたけれども、二十になった途端に救済が困難になっている状況が分かりましたし、相談の中においても、私ども消費生活センターでは大変苦勞しているところです。二十になった途端にエステが出てくる、マルチが出てくる、そして、消費者金融が出てくるというような状況もあるわけで、そういうところから、更に商品・サービス自体が高度、複雑化していて、品質の確認ができない、効果の確認ができないということからも、その情報の収集自体が難しくなっています。インターネットで情報収集するにしても、その真偽の確認ができない、どこを見たら正しい情報なのかということも分からず、非常に危ういことがあります。そういうところから、それを提供する事業者の方々に、正しい情報を適切に提供していただきたい、事業者のその業界の言葉ではなく、その消費者に合った説明の仕方提供していただきたいということであって、これをしなかったからといって取消しになるということではありませんので、合理的な配慮、適切な配慮をしていただきたいということが基本のお願いでございます。

そして、消費者基本法がここに挙げられておりますけれども、これまで事業者の方の責務として、

こういうものがありますということを説明、説得をして、理解を求めるということを過去にも何回もしております。ただ、やはり消費者基本法は理念であって、すぐさま効果があったということではないです。やはり、消費者契約法の中で明確に規定していただくということは実際の相談現場の中でも役に立つのだらうと考えておりますので、是非お願いしたいと思います。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

後藤巻則座長代理、どうぞ。

後藤（巻）座長代理 私も基本的には、成年年齢引下げワーキング・グループの提案を、消費者契約法の中に取り込むということに賛成します。ただ、3条1項に取り込む場合には考えなければならない点がありまして、選択肢として3つあるのではないかと思います。その3つのどれがいいのかということを考える必要があると思います。

まず、第1の選択肢というのは、消費者の年齢等の配慮努力義務を3条1項の情報提供努力義務の内容として規定するという、情報提供努力義務の中にここでの配慮要素というものを全部取り込むことでありまして、これは成年年齢引下げワーキング・グループで報告をなさいました宮下修一中央大学教授の案なのですが、消費者の理解を深めるために、消費者の年齢、知識、経験、財産の状況及び当該消費者契約を締結する目的等に配慮して、消費者の権利、義務、その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供しよう努めなければならないとするというものであります。

2番目は、消費者の年齢等の配慮努力義務を3条1項の情報提供努力義務の内容になるものと、情報提供努力義務の外の配慮努力義務になるものと、2つに振り分けるという方法でありまして、井田委員が意見としてお示しになったのは、その振り分けをしていると読めると思います。「消費者の年齢、知識及び経験並びに能力に応じて」というところについては、この要素については情報提供努力義務の内容に取り込んで、その後、と書いてあるところではありますが「消費者契約を締結する目的及び財産の状況に適した商品及び役務の提供をなすよう努めなければならない」という部分は、これは情報提供努力義務から取り出しているということでありまして、目的及び財産の状況というものをなぜ取り出すのか。ここは宮下教授と扱いが違うということでありまして、取り出すことの説明が必要だと思えます。

3番目の考え方というのは、情報提供努力義務から全部取り出すということが考えられるということでありまして、消費者の年齢等の配慮努力義務を3条1項の情報提供努力義務の内容としてではなく、別個の配慮努力義務として規定するということでもあります。例えば、消費者の年齢に対する配慮は、年齢に応じて適切な情報提供をするということだけではなくて、場合によって、消費者の年齢によっては勧誘を控えるというようなこともありまして、年齢についての配慮努力義務というものは、情報提供努力義務の中に取り込めるものもあるけれども、取り込まないほうがいいものもあると思います。そういうようなことで考えますと、情報提供努力義務ということから外した形で、例えば「消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供する」これは現在の規定であります、その外に出す形で、消費者の年齢、知識経験、財産の状況及び当該消費者契約を締結する目的等に配慮しよう努めなければならない。

こういうようにするというのも一つの方法でありまして、情報提供努力義務の中に入れるということと、それから、入れるものと入れないものに分けるということと、全部入れないということと3つありまして、その中のどれが望ましいのかということが問題となると思います。

とりわけ、これを振り分けるということになりますと、どうして振り分けるのかという正当化ということが問題となりますので、そこについては井田委員に御質問したい点ということでありまして、私はむしろ情報提供努力義務というのは今までどおりのものとしておいたほうが4条との接続も明確になると思います。接続をすべきかどうかということも問題になりますけれども、3条の考え方を基礎にして4条を読むという考え方もありますので、両者の接続ということを生かすためには、そこに余りいろいろ取り込むよりは、外出しにして、年齢、知識、経験等については、情報提供努力義務の外で、それと並ぶ配慮努力義務という形にするほうがいいのではないかと私は感じております。

消費者契約法3条1項というのは、情報提供の努力義務と説明されることがありますけれども、条文自体は、それは情報提供努力義務ということの規定している部分もありますが、そうでない部分もその前半部分にありまして、全体として何を規定しているのかということ、情報提供努力義務だけではない、努力義務を規定しているのが3条1項だと思えます。そうだとすると、努力義務の一環として年齢等の配慮努力義務というのを、情報提供努力義務から切り離して配慮努力義務として規定するというのも理論的にはあり得ると思います。いずれにしても、その3つの選択肢の中でどれがいいのかということは議論しておく必要があるのではないかと思います。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

大澤委員、どうぞ。

大澤委員 私自身は、結論としては、こういう配慮努力義務ですか、これを前向きに検討するという方向性には賛成します。ただ、私は個人的には、これは最低限だと考えておりまして、といたしますのは、年明けの専門調査会のときにも申し上げましたけれども、いわゆるつけ込み型のところで、例えば消費者の年齢的なものからくる弱さですとか、あるいは消費者の経験などからくる弱さ、これは別に今回成年年齢のワーキング・グループの報告書が出されていますので、若者というのが直ちに想定されますけれども、別に高齢者だってこれらの年齢の問題が出てきますので、そういうものに正につけ込んだものについて、例えば契約の取消しを認める、そういう規定を、正しく意思表示の取消しに結び付けるようなものを端的に設けるべきだという意見を個人的にいまだに持っているのです。

ただ、昨今のこの議論を見ていますと、それはどうも難しそうだという雰囲気を感じていまして、だとすれば、最低限このようなことに「努めるものとする」というのは、これは前向きに検討すべきではないかと。そうしないと、このワーキング・グループの報告書で示されたものに何も応えないということになってしまいますので。私自身は、本当は個人的にはより直接的に、先ほど外国法についての質問がございましたけれども、海外では、私が知っているのはフランスですけれども、先ほどのいわゆる攻撃的な意思表示に迫るようなそういう場合の取消し権と並んで、その消費者の弱さ、年齢的なもの、判断力の低下、それにつけ込んだ場合の取消しを認める規定もあります。こ

の専門調査会の議論が今後どうなるのかにもよると思うのですが、仮に後者のようないわゆる相手の弱さにつけ込むような規定を要件化するのが、非常にいろいろ問題があるということであれば、最低限、今回のような提案は前向きに検討すべきではないかと思っています。

ただ、どういう形でこの配慮努力義務を定めていくのかは、これはかなりいろいろ検討すべき点はあるのではないかと思っています。本日の井田委員のペーパーのところ、こちらを参考にして申し上げますと、の「消費者の年齢、知識及び経験並びに能力に応じて」というところで、この知識及び経験並びに能力に応じてということがどこにかかるのかは伺いたいのですが、これは だけにかかっているのではないかと、私はむしろ読んだわけですけれども、仮に のところ、情報提供の程度を示すものであるということであれば、これは今の3条1項の具体化ということになるかと思しますので、これは割とずっと頭に入ってくるころはあるのです。

問題になってくるのは、むしろ のほうではないかと思っています。消費者契約を締結する目的及び財産の状況に敵した商品と書いてありまして、これはもちろん努めなければならないという努力義務ですので、これによって事業者には何か新しい、例えば調査義務のようなものを課すわけではないということは、これは私も賛成いたしますが、ただ、これは財産の状況に適した商品という文言が書いてあります。これはワーキング・グループの言葉で言うと、恐らく資力に適した商品という話、あるいは需要及び資力というところに対応するのではないかと思います。そうすると、例えば若年成人、若者の場合ですと、若者にそんなにお金はないだろうと。そんなお金がない人に対して、非常に高額な商品を提供するというのは、これはさすがに配慮に欠けるというのは、これは素直に認めやすいです。しかし、逆に、例えば高齢者の場合、高齢者にはいろいろな方がいますので、そのときに、高齢者だからおおよそ高いものは提供してはいけませんということには当然ならないわけですので、この財産の状況ですとか、あるいは資力という言葉を入れることが持つ意味など、この辺りの細かな要件は今後更に詰める必要があるのではないかと思います。とりわけ、井田委員のペーパーで言うと、 のところは、かなり今後詰めるべきではないかと思っています。基本的には、こういう提案については前向きに検討すべきだと思います。

以上です。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

井田委員、この「消費者の年齢、知識及び経験並びに能力に応じて」は、 のみにかかるわけではなく、 にもかかっているという理解でよろしいということでしょうか。

井田委員 はい。そのとおりです。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

松本理事長、お願いします。

松本理事長 法令用語との関係で、今の御議論について少し意見というか、質問のようなことを言いたいわけですが、現行の消費者契約法3条1項は事業者は「努めなければならない」、他方、2項は消費者は「努めるものとする」となっています。消費者基本法でも、この「努めなければならない」という文言と「努めるものとする」という文言が使い分けられています。どちらも努力あるいは努力義務なのですが、ニュアンスとしては「努めなければならない」のほうが、少し規範性

が高いという印象を受けます。

現行法3条1項、事業者の努力の部分は「努めなければならない」と書いてあるのです。ところが、ワーキング・グループの提案は「努めるものとする」というように末尾の文言を変えようという提案のように読めるわけです。この意味は何なのかということでありまして、先ほどの議論では、適切な商品・役務、ニーズや資力に適合した商品・役務を提供するように、いろいろ配慮するという部分が、情報提供の部分とは別に入ってくる感じがあります。情報提供のところだけに限定するのであれば、情報提供に当たっての配慮すべき事柄として年齢、経験とか、そういうものを並べるだけだから、現行どおり「努めなければならない」で私はいいと思うのですが、このニーズや資力に適合した商品・役務を提供するようにという部分が入ったことによって規範性を弱めなければならない。したがって、全体として「努めるものとする」という提案になっているのか、それとも、ここは余り深く考えないで「努めるものとする」も「努めなければならない」も同じ趣旨で書かれているのかというところが大変気になりますので、ワーキング・グループの方にその趣旨をお示しいただければと思います。

山本（敬）座長 河上委員長、どうぞ。

河上委員長 ワーキング・グループの樋口座長がおられると説明していただけるのですが、ワーキング・グループでまとめたときには、そこは深く考えておりませんので「なければならない」という提案で全く異存はございません。

山本（敬）座長 現在の文言どおり「努めなければならない」ということと同じことを考えていた、少なくとも違うことは考えていなかったという御説明だと理解すればよろしいでしょうか。

河上委員長 そうだと思います。もう一点申しますと、実は、ワーキング・グループの中でも損害賠償まで効果で導いたほうがいいのではないかという意見は結構あったのです。それは民法の信義則の適用で通常考えられてきたことですから、明文化することは不可能ではないけれども、しかし、契約法の中でそこまで書き込むのは、現段階ではまだ早いだらうというか、行き過ぎではないかということで、商業上の道徳的義務というところに収めたということでありました。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

沖野委員、どうぞ。

沖野委員 結論としては、基本的には井田委員の御提案のような形で、それをブラッシュアップするような方向で検討できないかと考えております。

今までの御指摘の中で、後藤座長代理から要素の取り込み方について3通りあるという御説明を受けました。他方で、要素の取り込み方とは別に、もう一つの点として努力の中味があります。ここでは情報提供と、ワーキング・グループの表現を借りますと、消費者の需要、資力に適した商品・役務の提供についての必要かつ合理的な配慮と、ここは、かなり配慮という形にはなっていますが、想起されるのは、狭義の適合性原則に当たるような、しかし、適合性原則そのものではなくてその根底にある考え方というものですので、適合性原則を入れるというよりは、こういうような点についての配慮をするということが、正に消費者契約における情報の質、量、交渉力格差を前提とした事象における事業者に求められる努力としては当然こういうものがあるということを示す

かび上がらせるというものです。

現在、3条が設けているものとは別に、その適合性原則で言われるようなものの基礎にあるような基本的な考え方を打ち出すという面があると思われます。それを打ち出す必要はあるのではないかと考えておりました、既に規定がされました、つけ込み型というか、合理的な判断ができない事情を捉えた類型としては、既に過量取引的なものが規定として入っているわけですが、あの背景にも、基礎にもこういった考え方があると思われまして、それを努力義務として明らかにするということは、現在の規定では1条の情報の質、量並びに交渉力格差についての規定と、具体的な場面に特化した、今度はより具体的な効果と結びついた規定だけがあるということですので、その間が落ちているのではないかと考えられます。それを努力義務の形で書き出すということは、消費者契約法の趣旨に照らして必要なことではないかと考えております。

ただ、義務として正面から書くというのは、それはもう非常に難しいことです。それから、適合性原則のようなものが入っているところは金融商品取引法などがありますけれども、それは具体的な話として書かれ、その著しい違反に対しては、不法行為責任が発生するとの最高裁判決もあるところです。そういう個々の場面に応じたものはそれぞれのところで書かれるとしても、消費者契約法における基本的な考え方として打ち出すということに意味があると思われます。

もう一つの情報提供なのですけれども、これは事務局の整理がされておりますように、恐らくこの限りでは、現行法でも既にあることであって、ここに書き込むとすると、更に具体的な要素をもう少し浮かび上がらせるということですので、その可否ということになると思います。

しかし、どういったことが考慮として特に注意すべきであるのかという点をより具体化していくということは、努力義務の内容としても適切なことであろうと思われます。ですから、資料ですと11ページの3つの問題のうち の2つの問題については、これで尽きているのかという点はもちろんあるかと思われますけれども、とりわけ消費者の属性に注意した情報提供ということが努力として求められるのだということを書くことには意味があると考えております。

ただ、情報提供については若干気になる点もございまして、ワーキング・グループは契約締結をする際には適切な形で情報を提供するということが提案されている、その検討が提案されているわけですが、3条は情報提供の内容が消費者契約の内容にとどまっておりますので、消費者契約の内容というのは幅のある概念ですし、ましてや努力義務ということであれば、広く捉えられるべきだとは考えておりますけれども、対象が本当に消費者契約の内容だけでいいのかという問題は、ワーキング・グループの問題提起に十分応えているかという点からも、あるかと思われます。ただ、現在の消費者契約法に情報提供ということで入れ込んでくるのであれば、この提案のような形も考えられなくはないのかなと思っておりますが、本当は対象もこれでいいのかということは、実は考えてしかるべき事項ではないかと思っております。

更に申し上げますと、消費者契約法の内容に限るのであれば、これは本来努力義務ではないというか、「なければならない」という義務であるはずですが、効果が損害賠償であるのかとか、どこまでであれば取消しなのかとか、そういうところの要件、効果の詳細がなかなか詰め切れないというところがありまして、少なくとも基本的な考え方としての情報提供義務は努力義務として打ち出

されているという、そういうタイプのものだと思います。ですから、本来は義務にすべきだとは思いますが、なかなかそれを具体化できないというか、実現できない中では、このような形で充実させていくことが適切なことではないかと思えます。

そのように考えていきますと、もう一方の、今回新たに提案されている消費者の状況、消費者の各種の考慮要素に応じた商品・役務の提供についての配慮という点は、それは本来「なければならない」という義務として書けるものかということがありますので、松本理事長がおっしゃった点に関わりますが、これがなかなか難しいということであれば、次善の策として、事業者の努力義務に更に一段落として、これについては「ものとする」という形で考えるということはあることではないかと思っています。

以上です。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があれば、お願いします。

後藤代理、どうぞ。

後藤（巻）座長代理 細かいところになるのですが、文言上少し気になるところがありまして、ワーキング・グループの提案のところ、12ページの四角で囲んで2行目「事業者は、消費者契約を締結するに際しては」と書いてありますので、これへの結びとして「当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとする」と書いてあるのは、「配慮をするよう努めるものとする」という表現で結ばれている点でも、日本語としてすっきり頭に入ってくるのですけれども、井田委員のほうの御意見、御提案の中で、「消費者契約を締結するに際しては」ということではなくて「消費者契約の締結について勧誘をするに際しては」というように勧誘という言葉がここに出てくるということでありまして、勧誘というのは、消費者庁の定義によりますと、消費者の契約締結の意思の形成に影響を与える程度の勧め方、勧誘というのは、そういう意味で勧め方でありますので、勧誘に際してはということの結びとして「商品及び役務の提供をなす」という表現が出てくるのは、やや結びとしてどうなのかなという感じが私はします。そういう意味からいうと、「勧誘をするに際しては」の続きとしては「目的及び財産の状況に対して配慮をするよう努めなければならない」というような表現になるほうがいいのではないかと思います。「商品及び役務の提供をなすよう努めなければならない」という表現は「勧誘をするに際しては」というフレーズに続くものとして、その結びとして出てくるのは若干違和感があります。もしそういうようなことを他の方も感じるということがあれば、御考慮いただけたらと思います。

山本（敬）座長 沖野委員、どうぞ。

沖野委員 井田委員がお答えになりたいと思うのですが、今の点について、実は、もともと後藤座長代理がおっしゃった点について、よく理解できていなかったことがありますので、尋ねさせていただければと思います。ワーキング・グループの提案も、また、井田委員の御意見も、配慮のほうは配慮と書くのかどうかはともかくとして、特に商品や役務の提供について、それが一定の考慮事情に応じた、それに適したものであるようにするということですが、後藤座長代理はそこ

を全く書かずに、とにかく配慮ということを出されています。私はそれでは何を配慮するのかということが判明せず非常に難しいのではないかと感じておりました、むしろこのような商品や役務というものの自体が適合したようになるように配慮するということが打ち出されたほうがいいのではないかと感じております。

井田委員の御提案に対しましては、勧誘をするに際しては、提供をなすように努めるというのは、提供自体を勧誘のときにするわけではもちろんありませんので、これは契約内容としてそういったものの商品や役務を提供するということになるようにするよう努めるという趣旨であると理解しておりますので、表現ぶりの工夫はあると思えますけれども、内容としてはそういうことではないかと感じております。

以上です。

山本（敬）座長 後藤座長代理、どうぞ。

後藤（巻）座長代理 井田委員の意見で「勧誘をするに際しては」というのはどこまで続くのですか。

山本（敬）座長 井田委員、たまっていますので、お答えをいただければと思います。

井田委員 ごめんなさい。そこまで深く考えていたわけではなくて恐縮なのですが、私の意識としては、のところまで「消費者契約を締結する目的及び財産の状況に適した商品及び役務の提供をなすよう」というところまでかけたつもりです。表現がよくなかったら、それは修正します。

山本（敬）座長 後藤準委員、どうぞ。

後藤（準）委員 事務局に確認をさせていただきたいと思っているのですが、事務局案の中で、「必要かつ合理的な配慮」という言葉が出てきているのですけれども、イメージされている合理的な配慮というのは、この場合、一体どういうことを想定されているのか、それをお聞きしたいと思います。

山本（敬）座長 どなたに対する御質問になりますか。

後藤（準）委員 事務局への質問です。

山本（敬）座長 事務局というのは。

後藤（準）委員 この案を作っておられる方へお願いします。

山本（敬）座長 では、消費者庁からお答えをお願いします。

加納消費者制度課長 これは消費者庁ではなくワーキングの御提案です。

後藤（準）委員 ワーキングの提案ということですか。

山本（敬）座長 これは、河上委員長にお願いしてよろしいでしょうか。

河上委員長 合理的というのは、通常人が考えて、そうであろうと考える範囲ということで、事業者の方を含めた社会通念によって定まるものかと思えます。

もう一つ、契約の勧誘というよりも、ワーキングでは契約の締結一般のところを考慮していたので、場合によっては、このような人を相手にすべきではないのではないかとこのももちろん入り得るというようなことでして、あえて勧誘を前提として、契約の内容全体というところまでいく必要はなかったかもしれません。その辺のワーディングは適宜調整をしていただいて構わないと思います。

何が合理的かというのは、対象となる人や取引の種類、商品などでも異なりますので、それは恐らく通常の取引の場で、通常の事業者が認識し得た事情を基に考えるであろう合理性で構わないのではないかと思います。

山本（敬）座長 よろしいでしょうか。

後藤準委員、どうぞ。

後藤（準）委員 いまのお話は、事業者の個別の判断で、そこは構わないということですね。現場において、こういう条文が出てくると、では、どう対応したらいいのかという話に必ずなります。「必要かつ合理的な配慮」は一体何だという質問を当然聞かれるわけで、そのときに明確な回答ができないと、単にこれは理念規定ですので個別の判断で御自由にどうぞと言うのであれば、もともとこの条文自体が要らないのではないですかと言われかねない。事業者側とすれば、これはこういうことまでは消費者に説明しなければいけないものであり、合理的というのはこういう意味合いのことを指していますと明示している何らかの指針のようなものが当然必要になるわけです。そこで、我々としても、対事業者に説明をするときには、これはこういうことですよと言わざるを得ないので、一体どういう概念でこれを考えておられるのかということをお聞きしたということになります。

山本（敬）座長 よろしいでしょうか。

この合理的な配慮というのは、最近の立法でも出てきているものでして、障害者の差別解消法が、少し前ですけれども施行されています。そこで、合理的配慮に関する規定ができています。これは、国及び地方公共団体等に関しては、法的な義務として規定されていますが、事業者については、努力義務として定められています。ただ、過重大な負担にならない限度でという限定が付いていますし、また、この合理的な配慮がどのようなものかということについては、指針を示す必要があることから、関係省庁で検討され、公表されているところです。このような取組が、もし規定がされれば、並行して進められていくことになるのかもしれませんが、いずれにしましても、既に規定されている例があるものだという事は御確認いただきたいと思います。

後藤（準）委員 私どもは例があるかないかというよりも、合理的な配慮とは具体的にどういうことなのか、そちらが問題だということをおっしゃっているのです。

山本（敬）座長 河上委員長、どうぞ。

河上委員長 私も障害者の法律のことを申し上げようと思っていたのですが、いずれにしても、障害の程度によって何が合理的配慮かというのは千差万別であると。我々がワーキングで考えたときも、年齢とか属性における特性というものもこれまた非常に幅のあるもので、それから、業態とか目的物によって何が合理的な配慮になるのかというのがそれぞれ違うということになりますので、そのところを具体的に書き込むというのは無理だと考えたのです。ですから、その辺は事業者の方の理性的な判断を期待したいと思います。

後藤（準）委員 書き込む上での文言について申し上げているのではなくて、どのようなことを想定されて、これは言われているのか。これは是非お聞きしておきたいということでした。

山本（敬）座長 河上委員長、どうぞ。

河上委員長 少なくともこれはひどいというものはよく分かります。実は先週土曜日に大阪のシ

ンポジウムで問題の検討をやった会があって、そこで出てきたのですけれども、70歳ぐらいの方に健康食品を売っていたのですが、その健康食品が段ボールで部屋中いっぱいになっている。それを見てみると、毎日食べて90年かかるというほどものを売っている。これはどう考えても、その会社がその人に対して売っている量としては余りにも合理的ではない。合理的ではないということの判断はこれまで積み重ねられているものですから、比較的分かってくるのではないかと思います。

山本（敬）座長 差し当たりですが、よろしいでしょうか。

後藤座長代理、どうぞ。

後藤（巻）座長代理 こだわって申し訳ないのですけれども、先ほど沖野委員から指摘されたことはもっともなことだと思います。配慮というものについて、「目的及び財産の状況に配慮する」というだけでは何について配慮をしたらいいのか分からないというのは、確かにそのとおりでありまして、「商品及び役務の提供について」ということが表現されなければいけないと考えます。

私がこだわったのは、勧誘に際して問題となるのは配慮であって、「消費者契約の締結について勧誘をするに際しては」というところが の「商品及び役務の提供をなす」というところまで続いているとすると、勧誘の段階で商品及び役務の提供をなすというように読める点で、少し意味が取りにくいという違和感があったのですけれども、最初の主語が「事業者は」となっていて「事業者は」が に続いて「消費者契約を締結する目的及び財産の状況に適した商品及び役務の提供をなすように努めなければならない」、こういうように読めば全く違和感なく読めると思いますので、そういう意味で、そういう理解でよろしければ、そうだとおっしゃっていただければありがたいのですが、いかがでしょうか。

山本（敬）座長 井田委員、どうぞ。

井田委員 私が申し上げたいことは、恐らく、今まで後藤座長代理や沖野委員がおっしゃったことでそんなに変わらないのですけれども、表現はまた工夫して検討したいと思います。

山本（敬）座長 ありがとうございます。

ほかに御意見があればお出しいただければと思いますが、いかがでしょうか。

長谷川委員、どうぞ。

長谷川委員 ありがとうございます。

ワーキング・グループから提案があった文言の方を議論したいと思いますが、私も沖野先生が御指摘されたように、前段の情報提供のところと、後段の商品及び役務の提供のところを分けて考えるのがよろしいかと思っております。

その上で、意見を申し上げます。まず、前段・後段の両方に関わることで、また、これを追加的に論点として取り上げるかどうかということをも第31回の専門調査会において検討した際に申し上げたことでもございます。今回若年層だけを念頭に置いている提案ではないということは承知した上ではございますけれども、その若年成人の方々が消費者被害に遭いやすいということデータを支える実証がないのではないかと思っております。そういう中で、新たな法規定を設けることについては慎重になるべきだと思っております。

次に、前段の情報提供義務に係るところでございます。これは現行法をどう考えるのかというこ

とでございますけれども、再三御指摘があるように、今でも3条1項がある上に、判例もこれを必要に応じてしんしゃくして法解釈しているということでございますので、これに加えて規定を置く必要性は乏しいのではないかと考えております。仮に意義を持った形で規定を置くということであると、資料に書いてあるとおりでございますが、不法行為でありますとか、公序良俗違反の解釈に影響し、それら一般規定の射程が不明確となり、予見可能性が低下するのではないかと考えております。

さらに「消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力」ということが書いてあるわけでございます。この点について井田委員の御提案だと調査する義務はないということでございますけれども、基本的には、事業者からはうかがい知れないことございまして、努力義務が置かれても、なかなか対応が難しいのではないかと考えております。

最後に、後段の商品及び役務の提供についての必要かつ合理的な配慮というところでございます。これについても追加的に検討するかどうかを議論した際に申し上げたことでございますが、消費者が望んでも商品・役務を提供しないようにするということだとすると、基本的に消費者の利益にも反することになるのではないかと考えております。適合性原則ということかもしれませんけれども、そこまでパターンリスティックな対応をすべきなのかどうかは特に慎重に検討すべきではないかと考えております。さらに消費者の需要、資力、あるいは井田先生の御提案の財産状況もそうでございますけれども、これについても事業者からはうかがい知れないものであるということだと理解しております。

以上でございます。

山本(敬)座長 それでは、山本和彦委員、どうぞ。

山本(和)委員 今の長谷川委員と基本的には同じような印象で、特にこの後段の適合性原則に近いような規律の部分については、消費者の需要とか資力は、通常の事業者は普通は分からないことだろうと思いますので、これについて必要かつ合理的な配慮をしようとするれば、その情報を収集しないと合理的な配慮はできないはずなので、これがわざわざ条文に書かれているというのは、そこまでしなければいけないのだろうかという感じを持たせるような条文なのかな、条文になるとすればそういう文言なのかなという印象を持ちました。

鹿野委員あるいは井田委員の御提案でも、必ずしもそうではないというニュアンスのお言葉があったように思いますけれども、もしそうならば、それは明確化しておかないと、かなり事業者がやるべきことが変わってくる、分かっている範囲の情報の中でこういう配慮をすればいいということであれば、それは私もそうなのかなという感じがするのですが、新たにどういうニーズでこれを買うのかとか、あなたはどれぐらいの資力でこのようなものを買って大丈夫ですかとかというような話になってくると随分ニュアンスが違ってくるような気がしますので、そこは御配慮いただいたほうがいいのかという印象を持ちました。

山本(敬)座長 ありがとうございます。

いかがでしょうか。

先ほどの障害者差別解消法では、合理的配慮は障害者側からの意思の表明があることを起点にす

るということで、今の問題に対処していると思います。

ほかに御意見等があればと思いますが、いかがでしょうか。

河野委員、どうぞ。

河野委員　今まで様々な御意見を伺いました。原則として、今回の消費者委員会のワーキング・グループが御提案して下さった内容といいたいまいしょうか、ここの精神を消費者契約法の中に入れていただくということには大賛成でございまして、どういう形で入れるのかというのは、様々解釈があると理解しましたが、是非入れていただきたいと思っております。

私自身は、井田委員の御提案のこの文言を読んだときに、ずっと、消費者の立場からすると普通に理解できましたし、今回、こういうように書いていただくこと、つまり、商取引においてはこれは当たり前のことで、特別なことではなく、事業者の方が倫理観を持って商取引に臨むのに、ごく当たり前のことであろうと受け止めたところでございます。

当然、消費者と事業者の場合には構造的格差がありますが、現在、こういった状況において個別の消費者の属性に配慮するということは非常に重要な視点であると受け止めておりますし、さらに、こういった形で明確化することによって事業者の方の予見性、つまり、その取引を安定的に遂行するという意味でも、今回のこういった考え方を努力義務として入れるということは非常に重要だと感じております。

山本(敬)座長　ありがとうございました。

ほかによろしいでしょうか。

たくさんの御意見をいただきまして、どうもありがとうございました。

私が理解した限りでは、このワーキング・グループの報告書で言いますと、前半部分、つまり消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて、適切な形で情報提供するという部分と、後半の、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるという部分で、少し性格が異なるのではないかという御意見ないしは御示唆が出ていたように思います。

前者、つまり情報提供に関しては、その考慮要因として、消費者の年齢等を入れ込むことについては、明文化するかどうかということではなく、そのようなものを考慮すること自体については、余り異論がなかったのではないかと思います。ただ、それは既に現行法において実現できていることであって、それを殊更書く必要はないのではないかと、書くとするのとどのような意味があるのかということが更に問われることになってくる。それを裏付けるだけのデータ等、あるいは理由等がどこまであるのかという御指摘もあったところです。しかし、それに対しては、正しく現在でも考慮され、そして、考慮する必要があることを明確化するだけであるのだから、特に問題はないのではないかと御意見もあったところです。

しかし、とりわけ問題だったのは後半のほうでして、「需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとする」、井田委員の御提案でも同様に、消費者の年齢等に応じて「消費者契約を締結する目的及び財産の状況に適した商品及び役務の提供をなすよう努めなければならない」。この部分については、このような提案がワーキング・グルー

プの趣旨からすると必要なものであるという御意見も多数あったところですが、これに対しては、慎重に考える必要があるという御意見も多数出ていたところです。特に、必要かつ合理的な配慮とは何かという点については、先ほどの議論もあったところですし、また、情報提供は現行法にもあることですが、これを新たに付け加えると、それは異なるものとして提案が行われていると受け止められる。これが、後藤代理がおっしゃった、情報提供とは切り離して提案するといふときの基礎になっている考え方なのだろうと思います。それは、適合性原則と同じではないかもしれませんが、それに通ずるものがある。そのようなものを消費者契約法でも情報交渉力の構造的な格差を考慮するという中で必要ではないかという御指摘もありましたが、問題もあるという御指摘もあったところです。

この辺りは、なかなか難しい問題があることが分かりましたけれども、少なくとも情報提供に関しては、明文化する必要、意味がどこまであるかということをも更に検討する必要がある。後者の必要かつ合理的な配慮については、その内容、そして、それが何をどうもたらすものかということも踏まえて慎重に検討する必要があるのではないかと思います。

落ちていく部分がまだまだたくさんあると思うのですが、この問題も確認しておくべきではないかという点がありましたら御指摘いただければと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、以上を踏まえまして、次回以降に改めて検討する機会があればと思います。どうもありがとうございました。

少し時間の余裕がまだありますけれども、本日の議論はこの辺りとさせていただきます。

最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。

4．閉会

丸山参事官 本日も熱心な御議論のほう、どうもありがとうございました。

次回の日程につきましては追って御連絡という形にさせていただきますので、よろしくお願いたします。

山本(敬)座長 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。

お忙しいところ、お集まりいただきまして、どうもありがとうございました。

以 上